



Design graphique à l'ère de la Chine postmoderne

Dandan Lu

► To cite this version:

Dandan Lu. Design graphique à l'ère de la Chine postmoderne. Art et histoire de l'art. Université Paul Valéry - Montpellier III, 2012. Français. NNT : 2012MON30021 . tel-00756477

HAL Id: tel-00756477

<https://theses.hal.science/tel-00756477>

Submitted on 23 Nov 2012

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITE PAUL VALERY – MONTPELLIER III
Université d'Arts et Lettres, Langues et Sciences Humaines et Sociales
ECOLE DOCTORALE n°58

IRIEC – Institut de Recherche Intersite en Etudes culturelles

THESE de DOCTORAT en ARTS présentée par Madame
Dandan LU

Spécialité : Arts plastiques



Design graphique
à l'ère de la Chine postmoderne
平面设计在中国的后现代时期

Thèse dirigée par Mme Le Professeur Valérie ARRAULT

Thèse soutenue le 29 septembre 2012

Membres du jury de soutenance :

Mme Valérie ARRAULT, Université Paul-Valéry Montpellier III, Professeur des Universités

M. Xavier LAMBERT, Université de Toulouse-le-mirail, Maître de conférences HDR

M. Eric VANDECASTEELE, Université Jean Monnet de Saint-Etienne, Professeur des Universités

**Design graphique
à l'ère de la Chine postmoderne**

Titre en anglais : *Graphic Design in postmodern China*

UNIVERSITE PAUL VALERY – MONTPELLIER III

**Ecole Doctorale N°58 – Langues, Littératures, Cultures et Civilisations
Institut de Recherche Intersite en Etudes Culturelles (IRIEC)–
Montpellier (EA 740- E1)
Route de Mende,
34199 Montpellier Cedex 5
Septembre 2012**

RÉSUMÉ

Comparé à l'art contemporain chinois qui ne cesse de caracoler en tête du marché de l'art, le design graphique est un objet artistique, industriel et populaire, modeste dans ses ambitions culturelles. Toutefois ses enjeux présentent un important intérêt scientifique dès lors que toutes les productions spécifiques du design s'adressent davantage au peuple chinois qu'aux étrangers. Soumis à des commanditaires économiques et politiques, le design graphique en tant qu'objet de recherche témoigne non seulement des luttes existant à l'intérieur du champ du design chinois mais également de celles qui se livrent en pleine Chine postmoderne.

Dans le cadre théorique des Etudes Culturelles, cette thèse considère que le design graphique recèle une fonction sociale et politique significative en Chine, dont les enjeux excèdent ceux que l'on pense être susceptibles de répondre à une simple fonction de communication commerciale. A partir d'analyse de quelques productions graphiques emblématiques historiques, cette recherche s'interroge sur la réactualisation de l'identité culturelle chinoise, en crise aujourd'hui. Au cours des périodes moderne, maoïste et postmoderne, le design graphique n'a cessé de participer à l'esprit du temps dominant. En tant que dispositif actif, socio-formant l'esprit et relevant de la culture, le design graphique intervient dans les processus de construction identitaire individuelle et collective. Cette recherche, après avoir rendu compte des rapports parfois ambigus ou incertains, exercés par les modèles graphiques hégémoniques et concurrentiels, s'attache à décrypter les actuelles tensions révélatrices de valeurs et visions du monde contradictoires.

Mots clés :

Design graphique, Chine, identité culturelle, art, Etudes Culturelles, postmoderne, enseignement du design graphique.

ABSTRACT

Comparing to the Chinese contemporary art which constantly prance at the head of the art market, the graphic design is an artistic object, industrial and popular, and modest in its cultural ambitions. However, its stakes present a scientific interest important because all of the specific design productions direct to the Chinese people than the foreigners. Subject to the economic and political partners, the graphic design, as the object of research, attest the existing conflicts not only inside the field of Chinese design, but also engaged in the full postmodern China.

In the theoretical frame of the Cultural Studies, this thesis considers that the graphic design receives a significant social and political function in China, those stakes exceed its simple function of commercial communication which we are likely to think. From analysis of some historic and symbolic graphic productions, this research examines the updating of the Chinese cultural identity, in crisis today. In modern times, Maoist and postmodern periods, the graphic design has continued to participate in the dominant spirit of the times. As an active device, socio-forming the spirit and arising from the culture, the graphic design intervenes in the processes of individual and collective identity construction. After reported the reports sometimes ambiguous or uncertain, which were exercised by the hegemonic and competitive graphic models, this research attempts to decipher the current revealing tensions of the values and visions in the contradictory world.

Key words : Graphic Design, China, cultural identity, art, Cultural Studies, postmodern, Graphic design education.

REMERCIEMENTS

En préambule de cette thèse, je souhaite adresser mes chaleureux remerciements aux personnes qui m'ont apporté leurs aides et qui ont contribué à l'élaboration de cette thèse ainsi qu'à la réussite de ces formidables années de mes études en France.

Tout d'abord, je tiens à remercier sincèrement Madame Le Professeur Valérie ARRAULT, qui en tant que Directrice de thèse, s'est toujours montrée à l'écoute et très disponible tout au long de la réalisation de cette thèse, ainsi que pour l'inspiration, l'aide et le temps qu'elle a bien voulu me consacrer et, sans qui, cette thèse n'aurait jamais vu le jour.

Je suis extrêmement reconnaissante à Madame Eva DURGEAT, qui a corrigé patiemment les fautes de grammaire en langue française dans cette thèse avec une lecture très fine et pertinente.

Mes remerciements s'adressent également à Monsieur Xavier LAMBERT et Monsieur Eric VANDECASTEELE, pour leur évaluation de cette thèse et leur présence lors de sa soutenance.

Je ne puis achever cette page de remerciements sans rendre un hommage appuyé à Monsieur Xu WANG qui m'a prodigué des conseils essentiels sur les corpus du design graphique chinois et également au Studio typographique Fangzheng (方正字库), qui m'a offert la police inédite *FZBingNanTi* (方正秉楠体) pour les titres des chapitres de cette thèse.

Enfin, je n'oublie pas mes parents, mon cher époux et mon fils pour leur soutien et leur amour profond. Je voudrais aussi exprimer tout spécialement ma gratitude à ma meilleure amie Jinghua JIAO-NAULET pour ses inlassables encouragements.

TABLE des MATIÈRES

INTRODUCTION	12
--------------------	----

CHAPITRE I ETAT DES LIEUX DU CONCEPT DE DESIGN GRAPHIQUE.....	30
--	----

<i>A. Evolution du concept de Design Graphique en Chine.....</i>	<i>32</i>
--	-----------

1. Le concept « arts appliqués et décoratifs » au cours de la période moderne et l'époque Maoïste (1910-1978)	34
--	----

a) Le « Design », un terme emprunté à l'Occident	35
--	----

b) Deux types d'affiche.....	40
------------------------------	----

- LES AFFICHES-CALENDRIERS PUBLICITAIRES DE SHANGHAI	40
---	----

- LES AFFICHES DE PROPAGANDE POLITIQUE MAOISTE.....	43
--	----

2. L'apparition du concept « design graphique » et de la profession de graphiste à l'ère contemporaine	46
---	----

a) Utilisation de la traduction de « 平面设计 pingmian sheji ».....	47
--	----

b) La « Phase Légendaire »	51
----------------------------------	----

c) Confusion avec la traduction de « 视觉传达设计 shijue chuanda sheji »	54
---	----

<i>B. Du concept de graphisme au concept de design graphique (en France).....</i>	<i>57</i>
---	-----------

1.Des arts graphiques au graphisme.....	60
2.Du « graphisme » au « design graphique »	68
<i>C.Design graphique et position éthique</i>	79

CHAPITRE II HYBRIDATION ARTISTIQUE ET METISSAGE CULTUREL85

A. Les arts graphiques modernes (Les modernistes traditionalistes)90

1.Constitution du modèle graphique commercial (1910- 1940)92

a) L’affiche-calendrier, un condensé social de l’époque républicaine à Shanghai 95

b) L’évolution formelle des techniques de dessin dans l’affiche-calendrier 102

- UNE NOUVELLE REPRESENTATION DE LA FEMME ET LE CADRAGE DU GROS PLAN 102

- LA TECHNIQUE DU « PINCEAU FROTTE » (HYBRIDATION DES TECHNIQUES : LES PEINTURES CHINOISES ET LA PHOTOGRAPHIE) 103

c) La mode féminine et les mutations sociales : vers un statut émancipé de la femme..... 107

- LA MODE COMME MODELE ET FACTEUR DE MUTATION SOCIALE 108

- LA FONCTION COMMERCIALE DE L’AFFICHE- CALENDRIER..... 114

- LA DISPARITION DE L’AFFICHE-CALENDRIER EN CHINE POPULAIRE..... 115

2.Constitution du modèle moderne culturel graphique (1920-1940) 117

a) Nouvelle identité graphique hybride (Hybridation formelle et fonction sociale : l’esthétique européenne issue de l’Art Déco, de l’Art Nouveau et de l’esthétique lettrée chinoise) 121

b) La supériorité affirmée de l'esthétique lettrée : le « Rythme Spirituel »	127
c) Influence des mouvements artistiques de l'Avant-garde occidentale	133
<i>B. Constitution du modèle graphique maoïste.....</i>	140
1. Les esthétiques du pragmatisme.....	141
a) La critique de la « ressemblance formelle » de l'activisme	143
b) L'esthétique maoïste ou l'exercice pragmatique du pouvoir de la « pensée Mao Zedong »	146
2. La domination de la technique du « pinceau frotté » dans la « Nouvelle Estampe du Nouvel An » (新年画 xin nianhua).....	150
3. Le prototype de la totalité de l'art : l'affiche de propagande « Da Zi Bao » (大字报), une gravure sur bois.....	158
<i>C. Le design graphique contemporain.....</i>	167
1. Une distinction par génération. Des designers aux vocations différentes.....	170
a) « Trois Générations »	172
- 1 ^{ère} GENERATION : LE GRAPHISME A LA MAIN.....	174
- 2 ^{ème} GENERATION DU GRAPHISME DITE : « JETER AU CAMION »	177
- 3 ^{ème} GENERATION : LE GRAPHISME TECHNOLOGIQUE ET LA REVOLUTION INTERNET	177
b) Deux catégories de designers graphiques	179
2. Le design graphique chinois postmoderne.....	181
3. Des sensibilités sous-tendues par des valeurs différentes.....	191
a) L'identité chinoise contemporaine en proie à un graphisme stratégique	192

- PRATIQUES ENTRE « NATIONALISTE » ET « OCCIDENTALISTE »	192
- L'IDENTITE CULTURELLE CHINOISE : CITATION ET REAPPROPRIATION.....	204
- SHAOHUA CHEN : UN DESIGNER GRAPHIQUE NATIONALISTE LIBERAL	215
- LA TRADITION CHINOISE COMME FONCTION THERAPEUTIQUE	225
b) Des œuvres graphiques critiques.....	230
- XU WANG : L'EXEMPLE D'UN DESIGNER GRAPHIQUE HUMANISTE METAPHYSIQUE.....	232
- LA NOUVELLE GENERATION MONDIALISTE ET CRITIQUE.....	237
- LE STYLE GRAPHIQUE IRONIQUE.....	246
c) Position humaniste idéale et analyse de l'illustration de la couverture du volume de thèse	250

CHAPITRE III L'ENSEIGNEMENT DU DESIGN GRAPHIQUE EN CHINE..... 253

A. Le commencement théorique et la création d'institut d'arts appliqués (1918-1956)..... 255

B. La réforme pédagogique (de 1978 aux années 1990)..... 261

1. La réforme pédagogique dit des «Trois Enseignements» (三大构成) et les expérimentations inachevées de la fin des années 1970 aux années 1980 262

a) La réforme pédagogique dit des « Trois Enseignements» 264

b) Les obstacles à la réforme pédagogique 269

2. Une croissance rapide des années 1990 273

a) Création d'un département « Art et Design » et ses contenus pédagogiques	275
b) Les trois nouveaux groupes d'enseignants	280
<i>C. Une mesure politique de « l'industrialisation d'Enseignement universitaire » depuis 1999.....</i>	284
1. Les mesures politiques de « l'industrialisation d'Enseignement universitaire 大学教育产业化 » en situation chaotique	285
a) L'augmentation des frais scolaires et des taux d'admission	289
b) Situation pédagogique chaotique	294
- L'ENSEIGNEMENT « CONSANGUIN » ET LA PRESSION DU RAPPORT ELEVE-ENSEIGNANT	295
- UNE RELATION DESEQUILIBREE ENTRE L'OFFRE ET LA DEMANDE DU MARCHE DE L'EMPLOI	297
2. Impulsion positive en réaction, face à l'affaiblissement de la qualité pédagogique.....	301
a) L'internationalisation et la mondialisation.....	302
b) Contre les valeurs du néolibéralisme, la défense de l'autonomie du champ académique.....	303
<i>D. L'enseignement du design graphique et la recherche.....</i>	306
 CONCLUSION	 309
BIBLIOGRAPHIE.....	320
INDEX des NOTIONS	336
INDEX des NOMS.....	340
INDEX des ILLUSTRATIONS	343

INTRODUCTION

Une certaine confusion règne en Chine à propos du design graphique. Force est de constater que des studios sont en déclin, des professionnels du graphisme ainsi que les étudiants diplômés en design graphique rencontrent moult difficultés pour trouver du travail et s'orientent en conséquence vers des professions plus ou moins analogues. Quant aux écoles d'arts et universités qui conservent la spécialité « design graphique », leurs formations s'avèrent en nette diminution.

Que le design graphique chinois connaisse de tels aléas alors qu'il fut une expression artistique extrêmement importante, en Chine — si on considère seulement la place occupée par l'affiche — est un des facteurs qui a motivé à cette recherche. L'autre facteur, peut-être plus décisif, a été de m'intéresser à un objet artistique industriel populaire, auquel l'Occident et le marché de l'art international accordent, certes, peu d'intérêt, si on le compare au développement sans précédent ainsi qu'à l'engouement que suscite l'art contemporain chinois. Lequel art, depuis plus de trente ans, attire des collectionneurs de tout pays et continue de faire l'objet de grandes manifestations artistiques internationales. En comparaison, bien le design graphique, par le biais de l'affiche, soit beaucoup plus modeste dans ses ambitions culturelles, présente néanmoins l'intérêt scientifique de s'adresser aussi bien au peuple chinois qu'aux étrangers, à un moment où les gouvernants de la Chine ont décidé de poursuivre le modèle économique dominant en vigueur. Le design graphique recèle donc une fonction sociale et politique significative, peut-être même essentielle dont les enjeux dépassent ceux que l'on pense être susceptibles de répondre à une simple fonction de communication commerciale. Enfin, du point de vue du champ de la recherche duquel il relève, l'objet design graphique, parce que l'esthétique

occidentale le juge moins noble que l'art¹ et parce que sa production est mi-artistique, mi-commerciale, rentre en conséquence dans la catégorie des objets étudiés par les Etudes culturelles. Rendu populaire par sa diffusion traditionnelle et médiatique, dans une Chine devenue aussi urbaine que rurale, le design graphique est envisagé ici sous l'angle d'un élément culturel participant activement à la culture, qui, elle-même est conçue comme se situant au cœur du processus de toute construction identitaire. Cette fonction socio-constructiviste, minimisée, cachée ou le plus souvent non dite, invite à s'interroger d'emblée pour savoir à quelle nouvelle identité l'actuel design graphique chinois peut-il bien participer ?

Pour répondre à cette question, le cadre théorique de la thèse choisi, est celui des Etudes culturelles. Située dans une approche critique, cette recherche a emprunté aussi bien à la Théorie critique de l'Ecole de Francfort qu'à la sociocritique², dans la mesure où elle interroge les phénomènes de création dans son interrelation avec le contexte socio-historique postmoderne pour s'attacher à expliquer les significations de l'actuelle production visuelle du design graphique.

Chaque production de design graphique a été considérée comme un ensemble qui, par son organisation interne de signes, d'emprunts,

¹ Emmanuel Kant, *Critique de la Faculté de Juger*, §43 « L'art se distingue aussi de l'artisanat ; l'art est dit libéral, l'artisanat peut également être appelé art mercantile. On considère le premier comme s'il ne pouvait être orienté par rapport à une fin (réussir à l'être) qu'à condition d'être un jeu, i.e. une activité agréable en soi ; le second comme un travail, i.e. comme une activité en soi désagréable (pénible), attirante par ses seuls effets (par exemple, le salaire), qui donc peut être imposée de manière contraignante. »

² Edmond CROS, *La sociocritique*, L'Harmattan, 2003.

de transferts, de réappropriation, de reproduction des modèles hégémoniques, est porteuse de sens.

A la fin du XX^e siècle, Xu Wang, un des plus célèbres graphistes chinois, redoutait que le design graphique ne s'essouffle ; son inquiétude venait du manque de décisions éthiques dans la profession. Dans un ouvrage, paru en 2011, intitulé *Is Graphic Design Dead ?* Degen Li, un jeune professeur de design graphique de l'Academy of Arts and Design, à Université de Tsinghua (l'Académie la plus connue d'arts et de design en Chine) conclut que, face à l'expansion technologique sans précédent : « avoir des connaissances inédites et des systèmes stratégiques en design graphique est déphasé à notre ère ; la systématisation étant inutile, il faudrait penser à une reconstruction ». A la question posée qui s'avérait tout autant radicale que directe : « Le design graphique est-il mort ? » Il répondit : « l'ancien système appelé graphisme est complètement caduc. »³ Sa position pour le moins tranchée fit que la publication de ce livre provoqua des discussions fortement animées dans le champ des designers chinois.

Contrairement à Degen Li, Shaohua Chen, un autre graphiste chinois de Shenzhen, parmi les plus illustres, déclara: « Tant que l'humain conservera encore sa capacité de réflexion, le design graphique sera toujours vivant »⁴. Enfin, le jeune graphiste chinois, Yu Guang estima, pour sa part, que : « les nouvelles technologies informatiques ont favorisé le développement du secteur et son

³ Degen LI, Hua JIANG et Yi LUO, *Is Design Graphic Dead? 《平面设计死了吗？》*, Beijing, Culture and Art Press 文化艺术出版社, 2011, p.277-278. Traduit du chinois par Dandan LU.

⁴ Shaohua CHEN, Tant que l'humain conservera encore sa capacité de réflexion, le design graphique sera toujours vivant 《只要人类还有想法，平面设计就不会死》，revue *Art observation* 美术观察, N°. 196, décembre 2011, p.22. Traduit du chinois par Dandan LU.

potentiel. Comme l'imprimerie, le design graphique va être très actif dans les nouveaux médias»⁵.

A s'en tenir à ces quelques propos, on comprend que les productions du design graphique ne vont plus de soi et que ce qui préoccupe est non seulement de savoir si : « le design graphique deviendra obsolète en Chine » par le bouleversement du métier dû aux nouvelles technologies mais de se demander : « comment va développer le design graphique chinois ? » sachant que sa conception soulève des questions éthiques, politiques et culturelles.

Le design graphique est une production artistique visuelle majeure aux confins du champ de la communication et du champ artistique. Il est, à la fois, création éphémère déterminée par des conditions esthétiques et politiques, et inscription participative dans le mouvement historique de la société de laquelle il émerge. Par exemple, l'affiche, qui est une des principales productions de la culture du design graphique, est tout autant production des énergies sociales qui la traversent que reflet des tensions culturelles et politiques qui s'y affrontent. Elle est ce qu'elle donne à voir et ce qu'elle donne à penser. En même temps, l'affiche est un instantané de la vie sociale, politique et économique, qui évoque à celle/celui à laquelle elle s'adresse une partie d'elle-même/de lui-même, où plus que jamais, présent et passé se télescopent. Chaque affiche a donc un indéniable impact socio-historique, politique et culturel, qui, outre ses qualités esthétiques intrinsèques, se mesure à l'aune de ses conditions historiques de production.⁶

⁵ Le commentaire de Yu GUANG en 18/03/2011 dans le Blog de Ullens Centre for Contemporary Art, en page : Conférence de « *Is Graphic Design Dead ?* » par Degen LI. Disponible sur : <http://weibo.com/1657000630/zF4kqf6857>. Traduit du chinois par Dandan LU.

⁶ Diego ZACCARIA, *L'affiche, Paroles publiques*, Paris, Editions Textuel, 2008, p.9.

Depuis le début du XXI^e siècle, l'élargissement de la palette des réalisations et des métiers d'application, ainsi que l'impossibilité de délimiter avec précision les activités spécifiques du design graphique font état de forces émergentes contradictoires. Face à l'expansion de la mondialisation, le design graphique chinois, parce qu'il relève du domaine artistique et culturel et parce qu'il travaille visuellement des représentations fortement exposées au regard du peuple chinois, touchent en fin de compte la problématique d'une possible réactualisation (ré-articulation) de l'identité culturelle chinoise.

DESIGN GRAPHIQUE ET IDENTITE CULTURELLE

Dans le langage ordinaire et « naturaliste », des historiens, des anthropologues et des sociologues se sont montrés unanimes pour parler de la Chine en tant que civilisation du fait même que c'est un pays qui a pu développer une idéologie nationale, et donc configurer un sentiment très fort d'appartenance à une nation, en raison de fondements qui reposent sur des rites ancestraux et chamaniques comme le confucianisme, le taoïsme ou le bouddhisme et par une langue écrite commune qui a permis de créer un lien entre les différents dialectes. Lesquels, s'ils se prononcent différemment, s'écrivent de la même manière. C'est pourquoi, l'identité culturelle chinoise, jusqu'à présent, ne s'est jamais posée comme pouvant être un problème.

Or, le contexte de la mondialisation est venu perturber cette identité culturelle que l'on aurait pu croire immuable en Chine. Si on suit le point de vue de Stuart Hall, on partage alors l'idée qu'au cours des dernières années de XX^e siècle, le concept d'« identité » a connu

« une véritable explosion discursive et a subi une critique radicale »⁷. Ceci étant, ce concept d'identité culturelle, fort complexe, exige prudence et circonspection car il est lié au concept de nation et, à ce qui est le plus redoutable, les dérives nationalistes.

Toutefois, pour ce travail de recherche dans lequel le design graphique s'est avéré en prise avec le processus d'une construction identitaire, d'une part, on a pu s'appuyer sur la critique déconstructiviste qui a soumis la plupart des concepts essentialistes à travers un très grand nombre de domaines disciplinaires qui, tous, ont critiqué l'idée d'une identité globale, originelle et unifiée⁸.

D'autre part, cette recherche a tenu compte des conclusions issues de l'important ouvrage *L'Orientalisme, L'Orient créé par l'Occident*, de l'intellectuel palestino-américain Edward Said, très connu pour son approche critique méticuleuse sur les constructions identitaires fantasmées, car il a su jeter la lumière sur le fait que :

« Chaque époque et chaque société recrée ses propres « Autres ». Loin d'être un concept statique, notre identité ou celle de « l'autre » résulte d'un processus historique, social, intellectuel et politique très élaboré qui se présente comme un conflit impliquant les individus et les institutions dans toutes les sociétés. [...] La construction d'une identité est liée à l'exercice du pouvoir dans chaque société, et n'a rien d'un débat purement académique. [...] l'identité humaine est non seulement ni naturelle ni stable, mais résulte d'une

⁷ Stuart HALL, *Identités et Cultures, Politiques des cultural studies*, édition établie par Maxime CERVILLE, traduit par Christophe JAQUET, Paris, Editions Amsterdam, 2008, p.267.

⁸ *Idem.*

construction intellectuelle, quand elle n'est pas inventée de toutes pièces.⁹»

Empruntant le terme cher à Edward Said, le théoricien de renom international jamaïco-britannique, Stuart Hall, a développé une théorie sur l'identité et les représentations et a livré une généalogie critique des *cultural studies* (Etudes culturelles), à propos des fondements théoriques marxistes et gramsciens en vue de redéfinir les notions de « culture » et de « populaire », en passant par leur résistance aux disciplines classiques.

Après analyse de ces deux approches sur le concept d'identité (l'approche déconstructiviste des concepts clé « *sous rature* » ainsi que les nuances entre l'approche d'« une conscience transcendante » de Foucault et l'usage psychanalytique chez Freud sur le concept d'identification), Stuart Hall a fait part de sa réflexion, en 1996, sur l'« identité » dans un article intitulé *Qui a besoin de l'« identité » ?* dont en voici un extrait. La longueur de celui-ci peut surprendre dans une introduction de thèse mais son importance est telle, qu'elle ne peut supporter une trop forte amputation:

« Le concept d'identité, tel qu'employé ici, n'est donc pas essentialiste, mais stratégique et positionnel. Cela veut dire que, contrairement à ce que suggère sa trajectoire sémantique, l'identité ne signale pas un sujet stable et central qui se développerait sans altération entre un commencement et une fin, à travers les vicissitudes de l'histoire – cette petite part du sujet qui reste toujours-déjà « la même », identique au cours du temps. Elle n'est pas non plus – si nous traduisons cette conceptualisation essentialiste en termes d'identité culturelle–

⁹ Edward SAID, *L'Orientalisme, L'Orient créé par l'Occident*, traduit de l'américain par Catherine MALAMOUD, Paris, Editions du Seuil, 2005, p. 358-359.

« une sorte de « véritable moi » collectif qui se dissimulerait dans plusieurs autres « moi » imposés, superficiels et artificiels, que partage ce qui ont une histoire et des ancêtres communs », et qui peut stabiliser, fixer ou garantir une « unicité » inchangée ou une appartenance culturelle en dépit de toutes les menues différences. Cette conception nouvelle reconnaît le fait que les identités ne sont jamais unifiées mais au contraire, dans la modernité récente, de plus en plus fragmentées et fracturées ; jamais singulières, mais construites de façon plurielle dans des discours, des pratiques, des positions différentes ou même antagonistes. L'identité se trouve ainsi sujette à une historicisation radicale, entraînée dans un processus permanent de changement et de transformation. Aussi convient-il de situer le débat à l'intérieur des pratiques et des évolutions historiquement spécifiques qui ont bouleversé le caractère relativement « établi » de nombre de populations et de cultures, surtout en relation avec les processus de mondialisation, qui, pour moi, vont de pair avec la modernité, et avec les mouvements de migration « libre » et forcée, devenus un phénomène global dans le monde « postcolonial ». Si elle semble évoquer une origine lointaine, historique, avec laquelle elle continuerait d'entretenir des liens, l'identité pose en réalité des questions sur l'utilisation des ressources de l'histoire, du langage et de la culture dans le processus du devenir plutôt que de l'être : non pas « qui sommes-nous ? » ou « d'où venons-nous ? », mais qu'allons-nous devenir, comment sommes-nous représentés et comment cela peut-il influencer la manière dont nous nous représentons nous-mêmes ? Les identités sont donc constituées à l'intérieur et non à l'extérieur de la représentation. Elles sont liées à l'invention de la tradition autant qu'à la tradition elle-même, qu'elles nous obligent à

lire non comme une réitération sans fin mais comme « le même changeant », non comme un soi-disant retour aux racines mais comme une prise en compte de nos « trajectoires ». Si elle prennent source dans une construction narrative du sujet, la nature nécessairement fictionnelle de ce processus ne diminue pas pour autant son efficacité discursive, matérielle ou politique, même si l'appartenance, la « suture dans le récit » à travers laquelle apparaissent les identités, sont, en partie, imaginaires (symbolique) et construites comme un fantasme – ou du moins dans le champ fantasmatique. »¹⁰

Maxime Cervulle, en introduisant l'ouvrage *Identités et cultures* de Stuart Hall souligne : « la fonction constitutive de la culture, le rôle productif qu'elle joue dans la formation des identités ¹¹ ». Dans un autre article intitulé *Identité Culturelle et Diaspora*, Stuart Hall soulève l'idée que « les cultures populaires, vernaculaires, diasporiques ou non-canoniques ont une place centrale dans la constitution, la dissolution, la désarticulation et la réarticulation des identités contemporaines »¹² à travers l'objet du nouveau cinéma afro-caribéen et qu'ici, on peut examiner à travers l'objet design graphique. Il ouvre un dialogue sur le thème de l'identité culturelle et de la représentation, analysant deux conceptions différentes de l'« identité culturelle » et leurs rôles différents dans le temps postcolonial.

¹⁰ Stuart HALL, « Introduction: Who Needs Identity? », Stuart HALL et Paul Du Gay, *Question of Identity*, Londres, Sage, 1996, p. 3-17. Citation dans Stuart HALL, *Identités et Cultures, Politiques des cultural studies*, édition établie par Maxime CERVULLE, traduit par Christophe JAQUET, Paris, Editions Amsterdam, 2008, p.270.

¹¹ Stuart HALL, *Identités et Cultures, Politiques des cultural studies*, op. cit., p.13.

¹² *Idem.*

Selon la définition énoncée par Stuart Hall, la première manière de définir l' « identité culturelle » est en terme de culture partagée :

« Nos identités culturelles reflètent les expériences historiques communes et les codes culturels partagés que nous fournissent – au sens d' « un seul peuple » – des cadres stables, immuables et continus de référence et de signification, au-delà des divisions et des vicissitudes de l'histoire réelle »¹³ et même que « cette conception de l'identité culturelle a joué un rôle critique dans les luttes postcoloniales¹⁴ qui ont bouleversé notre monde. »¹⁵
« Nous ne sous-estimerons et ne négligerons pas, pour le moment, l'importance de l'acte de redécouverte imaginaire qu'implique cette conception d'une identité essentielle subitement exhumée. Les « histoires cachées » ont joué un rôle critique dans l'émergence de nombre des plus importants mouvements sociaux de notre temps – le féminisme, l'anticolonialisme¹⁶ et l'antiracisme. »¹⁷

Influencé par l' « orientaliste » Said, Stuart Hall développe une autre conception de l'identité culturelle qui s'avère aujourd'hui plus pertinente :

¹³ Stuart HALL, « Cultural identity and diaspora », in Jonanthan Rutherford (dir.), *Identity: Community, Culture and Difference*, Londres, Lawrence and Wishart, 1998, p.222-237. Citation dans Stuart HALL, *Identités et Cultures, Politiques des cultural studies*, op. cit., p.312.

¹⁴ Ici, Stuart HALL évoque les luttes postcoloniales qui peuvent être substituées aux luttes d'anti-mondialisation chinoises.

¹⁵ Stuart HALL, « Cultural identity and diaspora », citation dans Stuart HALL, *Identités et Cultures, Politiques des cultural studies*, op. cit., p.312.

¹⁶ Les mouvements d'anticolonialisme ont émergé dans les années 1970 à Hongkong, le mouvement plus connu est le Mouvement Chinois (中文运动 zhongwen yundong) de 1972 à 1974. Voir les notes dans le chapitre II, p.198.

¹⁷ Stuart HALL, « Cultural identity and diaspora », citation dans Stuart HALL, *Identités et Cultures, Politiques des cultural studies*, op. cit., p.313.

« Cette conception reconnaît qu'il existe, en même temps que plusieurs points de similitude, de nombreux points critiques de différence profonde et significative qui constituent « ce que nous sommes réellement » ou plutôt – puisque l'histoire a eu lieu – « ce que nous sommes devenus ». Ainsi n'est-il plus guère possible d'évoquer « une expérience », « une identité », sans reconnaître son autre visage : les discontinuités et les ruptures qui constituent précisément la « singularité » [...] L'identité culturelle, selon cette seconde acception, relève tout autant de l'« être » que du « devenir ». Elle appartient au futur tout autant qu'au passé. Ce n'est pas quelque chose qui existe déjà et qui serait transcendant au lieu, au temps, à l'histoire et à la culture. Les identités culturelles viennent de quelque part, elles ont des histoires. Toutefois, comme tout ce qui est historique, elles font aussi l'objet de transformations constantes. Loin d'être fixées pour l'éternité dans quelque passé essentialisé, elles sont sujettes au jeu « continu » de l'histoire, de la culture et du pouvoir. Loin d'être fondée sur une simple « redécouverte » du passé, qui attendrait d'être faite, et qui, lorsqu'elle le serait, assurerait pour l'éternité notre sentiment d'être nous-mêmes, les identités sont les noms que nous donnons aux diverses façons d'être situés par les récits du passé et de nous y situer. »¹⁸

Ces concepts théoriques d'identité et de représentation de Stuart Hall et les fondements épistémologiques et méthodologiques des *Cultural Studies* (Etudes Culturelles) éclairent la recherche de cette thèse. Après trente ans d'ouverture et de réformes économiques, la spécificité de la Chine, au regard d'une histoire et d'une culture

¹⁸ Stuart HALL, « Cultural identity and diaspora », citation dans Stuart HALL, *Identités et Cultures, Politiques des cultural studies*, op. cit., p.314.

millénaires, est de plus en plus sous le joug de la mondialisation et de ses complexités. Comme l'historien Yves Chevrier le considère :

« S'il est vrai que la Chine s'intègre au monde « globalisé » d'aujourd'hui, ses réticences et ses différences, ainsi que leur prévisible influence sur le cours du monde, montrent à quel point la mondialisation est loin d'obéir à une logique unique, capable de simplifier le monde, et avec lui l'histoire chinoise, en le ramenant à un seul modèle dont le noyau serait l'histoire moderne de l'Occident. »¹⁹

Le concept d'identité culturelle est à de nombreux points de vue, délicat, problématique et incertain dans la Chine contemporaine, mais son importance en tant qu'il crée un courant de réflexion relatif à notre ère et notre « condition » postmoderne est incontestable. La remise en question de l'identité culturelle est devenue un sujet très prisé par les différents champs disciplinaires artistiques chinois comme les arts plastiques, l'architecture, le cinéma, etc., mais, à tout dire, peu exploité par la recherche en design graphique. Lequel domaine a été d'ailleurs peu théorisé, et ce, malgré son rôle évident et central auprès du peuple chinois.

Depuis longtemps et de manière générale, les discours analytiques sur le design graphique sont tenus par des non-designers, c'est-à-dire par les médias, et des spécialistes du marketing et de la communication etc. En ce qui concerne les designers graphiques chinois, nul n'entend quasiment leur voix dans le monde, bien que leurs œuvres soient de plus en plus visibles lors des grandes manifestations graphiques internationales ou parce qu'elles promeuvent des événements sur le plan international comme

¹⁹ Yves CHEVRIER, *Une nouvelle histoire de la Chine au XX^e siècle*, la Conférence du 6 janvier 2003 en Video Real. Disponible sur : http://www.canal-u.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/une_nouvelle_histoire_de_la_chine_au_20e_siecle_yves_chevrier.1322

l'exposition universelle de Shanghai (2010). Dans les documents ou les catalogues d'expositions internationales, les discours sur le design graphique chinois sont rédigés par des experts et des sinologues occidentaux. En Chine intérieure, ils sont le plus souvent tenus par les théoriciens nationalistes, internationalistes ou libéraux de cette discipline. Ces derniers analysent généralement l'identité culturelle chinoise au sein des œuvres graphiques contemporaines en usant de concepts essentialistes. Très peu de chercheurs ont réfléchi au concept d'identité culturelle chinoise, comme Stuart Hall et Edward Said l'ont fait pour d'autres identités culturelles.

En tant que graphiste chinoise appartenant à la nouvelle génération, le but de cette thèse n'a pas été d'offrir une vision globale de l'identité culturelle chinoise, à partir des productions graphiques historiques et contemporaines. Je me suis plutôt attachée à découvrir une perspective de recherche scientifique pour le design graphique chinois en l'analysant, dans le cadre théorique des Etudes Culturelles. En suivant une méthodologie critique, j'ai privilégié des procédures qui ont visé à montrer que les choix stylistiques, esthétiques et techniques transcrivent les enjeux sociohistoriques d'une Chine placée sous la double égide de « l'orthodoxie politique et d'une culture multivoque (多元文化 duoyuan wenhua) qui oscille constamment entre l'endogène et l'exogène, entre les traditions autochtones et les pratiques culturelles importées, tout en remettant en cause les critères esthétiques de la période dite réaliste-socialiste »²⁰. Mon objet d'application, le design graphique chinois a, de ce fait, enrichi, les objets de recherche des Etudes Culturelles.

²⁰ Emmanuel Lincot, « L'art contemporain chinois dans les années Deng Xiaoping », *Perspectives chinoises*, [En ligne], 82 | mars-avril 2004, mis en ligne le 01 mai 2007, URL : <http://perspectiveschinoises.revues.org/1362>
Éditeur : Centre d'Études Français sur la Chine contemporaine.

Ma tentative a été de dévoiler les rapports parfois ambigus et souvent incertains ou flous entre les différentes acceptions du concept de « design graphique », mais également entre les différents modèles artistiques modernes et maoïstes. Je me suis également attachée à décrypter les tensions existantes entre des sensibilités graphiques qui sont sous-tendues par des valeurs différentes au sein de cette expression culturelle. En choisissant des productions emblématiques, et en travaillant par confrontation de périodes historiques, j'ai pu dégager la problématique de l'actuelle crise de l'identité culturelle chinoise en lien avec le design graphique, notamment en montrant que les changements de formes graphiques révèlent des structures qui sont en homologie avec les processus de construction d'identité culturelle, et cela, au cours des périodes moderne, maoïste et postmoderne.

Afin de parvenir à étudier le design graphique à l'ère postmoderne, qui, à bien des égards, manifeste un contexte de crises multiples, la thèse a été organisée en trois chapitres importants.

Dans le but de clarifier mon objet, il a été tout d'abord nécessaire d'approfondir le terme anglo-saxon de « Graphic Design » (design graphique) car il comportait des difficultés de compréhension liée à sa définition, en raison qu'il semblait qu'il n'ait pas ou peu été utilisé en France et qu'il était jugé comme étant trop vague. Cette imprécision lexicale m'a amenée à en définir les contours et les contenus. Utilisé dans les pays francophones et, sans aucun doute, dans les pays anglophones ainsi qu'en Chine, ce terme restait à définir. Dans le premier chapitre de cette thèse, *Etat des lieux du concept de Design Graphique*, ma recherche s'est faite à partir d'extraits de textes des enseignants les plus marquants (chinois, français,

britanniques, américains, suisses). J'ai analysé les débats qui faisaient montre des points de vue divergents (considérations pessimistes et optimistes), à travers l'évolution du concept design graphique au cours de différentes périodes historiques, et également, à partir des critiques des anciennes fonctions attribuées au design graphique et, enfin, en prenant en considération les propositions de nouvelles fonctions et de programmes à développer.

Le Chapitre II intitulé *Hybridation artistique et Métissage culturel*, a été élaboré à partir d'une recherche historique diachronique (depuis le début du XX^e siècle à nos jours) au cours de laquelle des mutations d'identité culturelle graphique chinoise ont été mises à jour. Ce chapitre a donné lieu à trois sous-chapitres indispensables pour comprendre les enjeux des sensibilités dominantes dont : les arts graphiques modernes (les modernistes traditionalistes), la constitution du modèle graphique maoïste et le design graphique chinois contemporain.

Au terme de la recherche menée sur les arts graphiques chinois modernes, j'ai considéré que l'identité graphique chinoise moderne, caractérisée par une hybridation formelle artistique, était constituée de deux modèles graphiques : le modèle graphique commercial et le modèle graphique culturel. Analysant des œuvres graphiques symboliques (des affiches-calendriers publicitaires et des couvertures de livres et de magazines) ainsi que leurs valeurs culturelles, sociales, politiques et économiques, j'ai pu faire ressortir que s'était constituée une identité graphique fondée sur la réappropriation de la culture traditionnelle chinoise et sur des emprunts ou transferts issus des formes artistiques à l'Occident dont celles d'Art Déco, de l'Art Nouveau et des mouvements artistiques de l'Avant-garde occidentale. Le sous-chapitre suivant a mis en évidence que l'identité graphique

révolutionnaire maoïste était le produit d'une création formelle issue de traditions populaires et de formes héritées de l'esthétique moderne chinoise. Révolutionnaire sur le plan politique, cette esthétique se voulait avant tout pragmatique, le rôle des arts graphiques chinois ayant été clairement identifiés pour leur envergure à vocation propagandiste et pédagogique.

La question de l'identité graphique chinoise à l'ère postmoderne a été plus particulièrement abordée dans la troisième partie de ce chapitre. Mettant en rapport des œuvres emblématiques avec les contextes sociaux, culturels et politico-économiques d'aujourd'hui, j'ai analysé formellement et sémantiquement des sensibilités qui revendiquaient des valeurs différentes (parfois ambiguës, mélangées et complexes) pour rendre compte de l'idée selon laquelle l'actuelle identité graphique chinoise rejoint sur le plan culturel et artistique les principes de l'esthétique postmoderne. Principes, qui, s'il sont ceux de l'absence de règles et du métissage de toutes productions culturelles qu'elles qu'en soient les formes, les contenus et les niveaux de légitimité, renient d'une certaine façon l'Histoire et la tradition. Cette esthétique définie comme la « troisième phase du kitsch » par Valérie Arrault, est celle où s'affirme l'existence actuelle d'une : « correspondance si fréquente entre les valeurs de la société et de la culture » [...] « qu'il est alors possible d'avancer qu'il s'agit d'une homologie structurale » [...] « pour désigner les profondes affinités de visions du monde entretenues par des catégories relevant d'ordre apparemment distinct et caractérisant l'esprit dominant d'un temps »²¹.

En inscrivant ma recherche, encore une fois, dans une perspective historique diachronique et synchronique, cette thèse aborde

²¹ Valérie ARRAULT, *L'Empire du kitsch*, Paris, Klincksieck, 2010, p.16.

inévitablement l'enseignement du design graphique en Chine car il participe hautement de la formation de la nouvelle identité chinoise à mettre en forme. Lequel enseignement a hérité de l'idéologie du pragmatisme maoïste, des expérimentations et des réformes pédagogiques réalisées depuis la fin des années 1970, et des mesures politiques qui ont inondé l'« Industrialisation d'Education » depuis 1999. Le manque de débats dans les écoles de design, sur les questions de conception et de sens des productions graphiques (notamment sur les recherches croisées qui abordent les enjeux esthétiques, artistiques des productions, mais aussi sur les modalités de production graphique et les contextes de réception) a été mis en relief dans le chapitre III.

CHAPITRE I

ETAT DES LIEUX DU CONCEPT DE DESIGN GRAPHIQUE

Le design graphique est un domaine en constante évolution. Cela dit souvent que même les fondateurs du designer graphique ne savent pas vraiment ce que font les nouveaux créateurs. « Quelque chose de proche de la publicité et qui a à voir avec les ordinateurs » est l'une des réponses les plus fréquentes exprimées par le public. Cette confusion peut s'expliquer par les difficultés de définition univoque et par l'impossibilité d'en délimiter les activités avec précision, du fait des nombreuses spécialités et disciplines graphiques: création d'affiches, de logos, d'emballages alimentaires, d'illustrations, de génériques de films, de pages Internet, de livres... Ces multiples activités relèvent du design graphique et peuvent être considérées comme une des forces de cette discipline en pleine révolution.

A. Evolution du concept de Design Graphique en Chine

Entre octobre 2002 et janvier 2003, l'exposition intitulée *L’Affiche chinoise 1921-2001*, organisée par le Musée de la Publicité à l'Union centrale des Arts décoratifs, à Paris, a mis en scène trois grandes périodes de l'histoire de la Chine à travers cent affiches originales et importantes : 1. 1900-1949 : les affiches purement commerciales de la période prérévolutionnaire (période moderniste) créées pour des entreprises commerciales chinoises ou étrangères. En toile de fond, le contexte était marqué par l'ouverture forcée de la Chine au commerce européen avec l'organisation de concessions étrangères. 2. 1949-1976 : Les affiches de propagande de la période maoïste. 3. 1976-2001 : La réhabilitation de la publicité en Chine, à partir de la seconde moitié des années 1970 et l'apparition de la profession de graphiste²². Le métier de designer graphique propose un vaste champ d'applications, dont une des plus connues est la création d'affiches. Aucune autre application du graphisme ne peut aussi bien révéler les modes, les changements socio-culturels, les bouleversements politiques et économiques de la société chinoise que l'affiche. Les mutations dans l'évolution de l'affiche sont les plus manifestes du domaine du design graphique chinois. Cet exemple est donc fondamental pour comprendre l'évolution qu'a suivi le concept même de design graphique en Chine.

²² L'exposition « *L’Affiche chinoise 1921-2001* », au Musée de la publicité de Paris, du 10 octobre 2002 au 12 janvier 2003. Publication lien : Marc H. CHOKO, *L’Affiche chinoise, 1921-2001*, Centre de design de l'Université du Québec à Montréal, Montréal, édition Transcontinental, 2001, 127p.

**1. Le concept « arts appliqués et décoratifs »
au cours de la période moderne et l'époque
Maoïste (1910-1978)**

a) Le « Design », un terme emprunté à l'Occident

Dans la tradition chinoise, notamment au regard de la tradition culturelle confucianiste, les arts « nobles » sont constituées de quatre activités : la musique, la poésie, l'art de l'écriture (que l'on traduit par « calligraphie ») et la peinture. L'architecture, la sculpture, les arts appliqués etc. sont considérés comme de l'« artisanat ». Ainsi, tout comme le cinéma, la photographie, la vidéo, le graphisme ou le design, ils n'ont à aucun moment le statut d'activité artistique considéré comme « noble ». Le classement de ces différentes activités est similaire à celui qui est issu des théories esthétiques de l'Occident.

Le terme « design » n'est donc pas reconnu à l'origine comme une activité artistique dans la tradition artistique chinoise, il est un terme emprunté à l'Occident au début du XX^e siècle par l'intermédiaire du Japon. Au cours de la période moderne et à l'époque maoïste, le terme « design graphique » a été subordonné au terme de « beaux-arts » et à celui des « arts appliqués et décoratifs » (工艺美术 gongyi meishu ou 装饰美术 zhuangshi meishu). Le terme de « design graphique » a été utilisé par les chinois beaucoup plus tard, c'est-à-dire dans les années 1980.

Le terme « design » à l'origine se traduit ainsi : 图案 (tu'an), c'est un mot en provenance du Japon, interprété et utilisé principalement selon le sens d'« ornement » et de « décoration » par les modernistes chinois. Selon la chronologie de l'histoire sociale faite par les historiens chinois, Wenlan Fan (1893-1969), dans son ouvrage *l'Histoire moderne de la Chine* (édité par la Librairie Xinhua de Huabei) a écrit que la période moderne chinoise était comprise entre

1840 et 1949²³. En 2007, le *Sommaire d'histoire moderne et contemporaine de la Chine*²⁴, qui fut édité par le Higher Education Press, et publié comme une des plus importantes matières dans les enseignements supérieurs chinois, indique avec précision en première page : « L'histoire moderne et contemporaine de la Chine débute en 1840, et comprend entre 1840 et 1949 la période moderne »²⁵. Cette période moderne commence avec la première guerre d'opium entre le Royaume-Uni et la dynastie Qing en Chine en 1840. La Chine fut industrialisée, en raison du capitalisme occidental.

Comme l'observe Eric Janicot, historien français, spécialiste d'art moderne chinois, au début du XX^e siècle : « intervenant dans le cadre de l'abolition du régime impérial et la promotion du gouvernement démocratique avec le passage supposé du sujet au citoyen, la modernité artistique chinoise se caractérise par le changement des références traditionnelles et l'accueil d'éléments issus de l'esthétique occidentale »²⁶. Cette attitude moderne influencée par le darwinisme social, l'utopie moderniste présente l'art occidentalisé comme thème de substitution à l'ordre de « l'ancienne société » jugée décadente, symbolisé par les ordres féodaux confucéens. Dans le domaine des beaux-arts et de l'artisanat, l'utopie moderniste chinoise inaugure une réflexion sur les « arts appliqués et décoratifs » fondée sur le rapport entre art et industrie. Elle s'oppose à l'ordre confucéen dont elle est

²³ Wenlan FAN, *Histoire moderne de la Chine* (《中国近代史 zhongguo jindai shi》), Librairie Xinhua de Huabei (华北新华书店 huabei xinhua shudian), 1948, 691p.

²⁴ Zhiyong GUO, *Sommaire d'histoire moderne et contemporaine de la Chine* (《中国近现代史纲要 zhongguo jinxindai shi gangyao》), Beijing, Higher Education Press (高等教育出版社), 2007, 295p.

²⁵ Zhiyong GUO, *Sommaire d'histoire moderne et contemporaine de la Chine* (《中国近现代史纲要 zhongguo jinxindai shi gangyao》), op. cit., p.1. Traduit du chinois par Dandan LU.

²⁶ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise l'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p. 17.

toutefois issue, notamment à la conception de son système éthique et politique qui se positionne en faveur des avantages économiques, et selon laquelle les qualités intrinsèques d'une œuvre artistique « noble » est plutôt représentée par des valeurs éthiques de « bienséance » (義 yi)²⁷.

Yuanpei Cai, recteur de la prestigieuse Université de Pékin et grand intellectuel chinois moderne s'inspire de la vogue du darwinisme social et propose dans son argumentation évolutionniste que la « décoration » soit « le dernier procédé pour finir une belle production et la technique la plus ordinaire pour produire quelque chose de 'beau' ». Selon lui, les beaux-arts sont dans l'usage de la « décoration ». Il écrit : « au début, l'humain décorait le corps, puis décorait les objets autour : les outils, les armes etc., et puis encore, décora l'environnement public où il habitait. Depuis l'époque préhistorique, les beaux-arts se débarrassent peu à peu de leur fonction décorative, pour devenir le domaine des arts.»²⁸ La distinction entre beaux-arts et artisanat en Chine moderne s'appuie sur la définition des arts européens établis par le mouvement *Arts and Crafts*. L'apparente unité de ces deux types de productions matérielles relevant des arts plastiques et décoratifs est contredite par leurs fonctions respectives : le plaisir esthétique ou l'usage. Les chinois modernistes posent le problème de la valeur des arts appliqués et décoratifs par rapport aux besoins matériels supposés de la société.

²⁷ Chez confucéen, le sens du judicieux et de la « bienséance » devant, en toute occasion, lui permettre de sauvegarder l'esprit du rite.

²⁸ Yuanpei CAI, *Manuel de l'Ecole Huagong* (《华工学校讲义》 *Huagong xuexiao jiangyi*), Vol. 40 - Art Décoratif, publié en 1919 à Paris. Il est compris dans *l'Anthologie d'esthétique de Yuanpei CAI* (《蔡元培美学文选》 *CAI Yuanpei meixue wenxuan*), University Beijing Press, 1983. Citation de Shuai ZHU, *Dix cours sur le design et la culture chinoise* 《中国文化与中国设计十讲》, Beijing, China Electric Power Press (中国电力出版社), 2008, p.118. Traduit du chinois par Dandan LU.

Si nous suivons une traduction mot à mot du chinois, nous avons 图 (tu) : le dessin, et 案 (an) : le plan, on peut constater que la traduction « ornement » ou « décoration » est davantage en conformité avec l'idéologie moderniste chinoise, notamment à propos de la question des influences nationalistes et modernistes du discours politique accompagnant la sinisation des formes européennes, ainsi qu'à propos de l'acculturation artistique par le truchement de la technique. Tous ces éléments sont en fait intervenus dans l'optique de l'avènement d'un art social. Eric Janicot indique que « l'amorce d'une théorie chinoise de l'esthétique industrielle fait entrer l'artisanat dans la catégorie européenne des arts appliqués. Elle se situe à la confluence des logiques économiques capitaliste et marxiste. La beauté de l'objet fonctionnel industrialisé est apte à satisfaire le besoin social d'objets utilitaires en alliant les exigences d'économie, de simplicité et de rationalisation de la nouvelle éthique. La logique vénale de la « valeur ajoutée » marche ainsi de concert avec la croyance en la maîtrise humaniste de la production. Une telle confusion est à l'image de l'appréciation globale des théories économiques et politiques de l'aire occidentale. »²⁹

Durant les années trente, Wenliang Yan, directeur de Ecole des beaux-arts de Suzhou³⁰, posa le problème de la valeur des arts appliqués en fonction de l'ordre économique, lié à la production industrielle. Le savoir-faire artistique devait servir aux produits industriels et commerciaux. Dans *Lettre aux camarades du département des arts appliqués de notre école*, il précisa que « l'art a une utilité très large, surtout dans les domaines industriels et

²⁹ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise l'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p. 31.

³⁰ Ecole des Beaux-arts de Suzhou (苏州美术专科学校 *Suzhou meishu zhuanke xuexiao*), ancienne école de Université des Arts de Nanjing (南京艺术学院 *nanjing yishu xueyuan*), était créée par Wenliang YAN, Shijie HU etc., en 1922. Elle établia le département « Arts appliqués » en 1934.

commerciaux³¹ ». Tandis que dans un même temps, Wenliang Yan évoquait le modèle soviétique de l'URSS indiquant que : « l'enseignement de la production, résidait dans un rapport étroit entre l'industrie et l'éducation ³²», c'est-à-dire, non sur les biens de consommation. Cette idée proposée par l'Union Soviétique s'opposait en tout point à la vie consummatrice de cette époque à Shanghai. Eric Janicot tirait analyse de l'idée-force de Wenliang Yan pour qui : « les beaux-arts doivent rendre plus attractifs des produits adaptés au marché, et sont aussi tenus de participer à l'amélioration de la production chinoise pour lutter efficacement avec les puissances modernes jusque dans l'époque maoïste³³ ».

³¹ Wenliang YAN, « Lettre aux camarades du département des arts appliqués de notre école », in *Vague de l'art* n° 9 et 10, revue de l'Ecole spéciale des beaux-arts de Suzhou, 1934. Citation dans Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise l'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p. 145.

³² *Idem.*

³³ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise l'épreuve de l'occident*, op. cit., p.32.

b) Deux types d'affiche

Selon l'exposition intitulée *L’Affiche chinoise 1921-2001*, et au cours de cette longue période agitée, les affiches chinoises se sont distribuées, dans leur grande majorité, en deux types: les affiches-calendriers publicitaires (月份牌 yuefenpai) des années 1920 et 1930 et les affiches de propagande dites « Da Zi Bao » (大字报) dans la Révolution Culturelle.

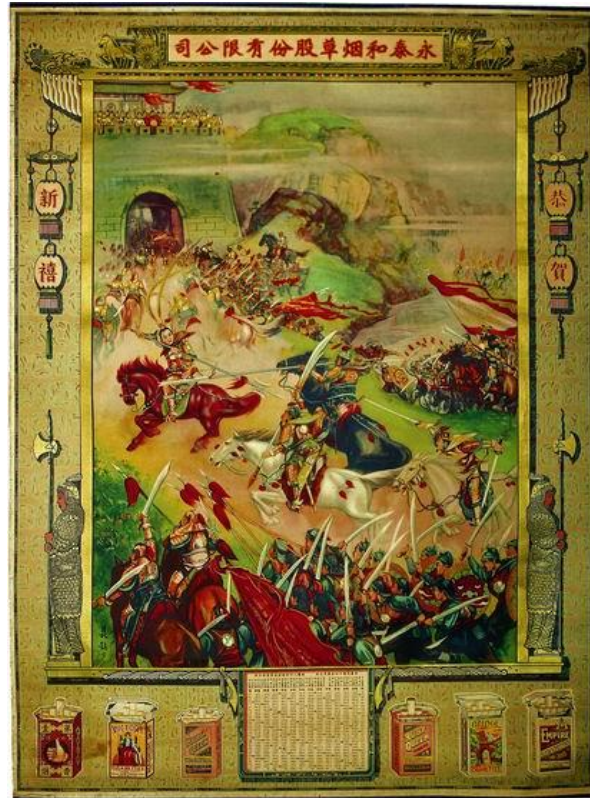
- LES AFFICHES-CALENDRIERS PUBLICITAIRES DE SHANGHAI

Depuis les années 1910 environ, les arts graphiques ont été florissants dans des grandes villes comme Shanghai. Tandis que les Occidentaux étaient accaparés par la Première Guerre mondiale, et que leurs activités de globalisation se réduisaient, et malgré un climat politique incertain, la concurrence commerciale des produits industrialisés (occidentaux et chinois) a permis le développement de la publicité en Chine, grâce à l'expansion économique et la multiplication des produits de consommation liés à l'occupation étrangère.

Les affiches-calendriers en couleurs étaient le support médiatique jugé le plus efficace en tant que publicité omniprésente, à cette période où la télévision et la photographie couleurs n'existaient pas encore. Elles étaient strictement commerciales et constituaient la plus

Dingmin LIANG,
l'affiche-calendrier
publicitaire pour la
campagne de
cigarettes *Yongtaihe*,
les années 1920.

Cette affiche
représente une scène
de bataille dans *Au
bord de l'eau* (« 水滸
传 *shuihu zhuan* »),
roman d'aventures
tiré de la tradition
orale chinoise.



Zhiying HANG,
affiche-calendrier
publicitaire pour la
firme
guangshenghang,
Shanghai, 1928.

grande majorité des affiches commerciales de l'époque. Ces affiches créées pour des entreprises chinoises ou étrangères (Hongkong ou Asie du Sud-Est) étaient destinées avant tout à être placées à l'intérieur des boutiques ou des demeures. Elles empruntaient à la tradition chinoise l'usage des « affiches du Nouvel An » (年画 nianhua) qui étaient des affiches représentant des gravures sur bois, illustrant des images traditionnelles qui servaient de porte-bonheur. Il s'agissait avant tout de vendre une multitude de produits populaires ou de première nécessité destinés aux masses, essentiellement urbaines et encore peu fortunées, à l'aide d'une imagerie où régnaient les sentiments du luxe et de la joie de vivre. Grâce au développement des techniques d'impression lithographique, introduite par les occidentaux, et tout en s'inspirant de *L'affiche de la belle dame*³⁴ très à la mode au Japon, les affiches-calendriers publicitaires de Shanghai se multiplièrent à partir du début des années 1920.

Deux types d'imageries coexistaient principalement : le premier était issu des contes populaires, des personnages légendaires, des grands personnages chinois, etc. Ces images ne se limitaient pas forcément au traditionnel porte-bonheur, mais devaient impérativement véhiculer des valeurs positives. Le second type était consacré aux scènes de la vie moderne, où la femme était représentée souriante et aisée. La représentation de la femme était un des principaux vecteurs de la publicité.

³⁴ Affiche publicitaire japonaise pour le dentifrice *Club*, 1910. *L'affiche de la belle dame* a été lancée par le grand magasin Mitsukoshi à la fin du XIX^e siècle. Il n'y figure qu'un minimum de texte. Il s'agit parfois juste du nom de la firme. Cette sobriété textuelle permet de donner plus d'impact visuel à l'image centrale, qui représente, en gros plan, une jolie femme en kimono, dont seul le buste ou les trois quarts du corps sont visibles. Non seulement, *L'affiche de la belle dame* a obtenu un succès retentissant dans l'art commercial au Japon, mais elle a aussi fortement influencé le domaine de l'affiche chinoise. Les croyances traditionnelles populaires en Chine, interdisaient d'accrocher dans une maison la représentation d'une partie seulement du corps, car une telle image pouvait porter malheur. Ce changement a permis de donner plus d'expressivité et de vie aux personnages, comme sous l'effet d'un zoom. Voir le page 101.

Grâce au développement de l'affiche-calendrier, certains affichistes renommés ont pu travailler à leur propre compte et parfois créer leurs propres ateliers, comme l'ont fait Mantuo Zheng, Zhiying Hang etc. Cependant, les affichistes qui travaillaient pour la publicité n'ont jamais été considérés comme des artistes, tout au plus comme des artisans. Hormis une trentaine d'affichistes réputés, nombre d'entre eux ne signaient pas leurs travaux. Le statut social du dessinateur d'affiches permet de comprendre que même si la réévaluation moderniste de la technique et de l'artisanat passait par son assujettissement aux beaux-arts, l'utilisation d'un néologisme n'a changé la perception du système éthique et politique classique confucéen, qui était le symbole de « l'ancienne société » par excellence, et auquel les valeurs dominantes de l'époque lui étaient quasiment opposées.

- LES AFFICHES DE PROPAGANDE POLITIQUE MAOISTE

Avec la victoire communiste de la Révolution de 1949 et la déclaration de la République populaire de Chine, les arts graphiques chinois sont devenus un moyen de propagande dominant du régime. Le pouvoir politique influençait essentiellement les arts graphiques, qui prohibait le capitalisme et était marqué par la propagande politique et le culte de la personnalité. Des millions d'affiches à la gloire de Mao, de sa pensée et du peuple (ouvriers et paysans), furent imprimées et placardées jusque dans les villages les plus reculés : les murs se couvrirent alors d'affiches, des prospectus circulaient, des écriteaux et des bannières accompagnaient rassemblements et manifestations. Ils servaient seulement à la propagande politique,

Zhiguang XIE, *L'amour à Président de Mao*, Nouvelle estampe du Nouvel An, 1955.



répercutaient les changements de lignes politiques, faisaient connaître les modèles exemplaires à imiter, répandaient les nouveaux slogans etc. en un style unique dit « Réalisme-Socialiste » qui répondait aux préceptes comme quoi il fallait « peindre avec des images vraies notre réalité » avec des codes de représentation stricts.

Le portrait de Mao et le soleil du Tian'anmen, les drapeaux rouges et l'attitude fougueuse, *Le Petit Livre Rouge* et les épingles de Mao, la faucille et le marteau etc., toutes ces images furent reproduites inlassablement sur les couvertures de journaux et de magazines, sur les affiches et les timbres-poste, et ainsi devinrent des icônes. Les images à vocation d'éducation, d'information et de motivation des masses étaient des outils ordinaires de propagande destinés à véhiculer les priorités du pouvoir, les idéologies du Parti et asseoir le culte de la personnalité de Mao. C'est une période marquante dans l'évolution du design graphique chinois.

D'ailleurs, parce que jugées contre-révolutionnaires, les affiches-calendriers publicitaires furent interdites par le gouvernement chinois, à partir des années 1950. Les affichistes de Shanghai étaient comptés dans le rang des artisans du peuple pour servir la propagande politique, et devaient conserver l'esthétique de leurs dessins dans les créations des affiches de propagande « Da Zi Bao » et « Nouvelle estampe du Nouvel An³⁵ ».

³⁵ Nouvelle Estampe du Nouvel An (新年画 *xin nianhua*) reprend la même esthétique des dessins des affiches-calendriers publicitaires de Shanghai, mais les contenus de ces dessins sont orientés pour la propagande politique maoïste.

2. L'apparition du concept « design graphique » et de la profession de graphiste à l'ère contemporaine

a) Utilisation de la traduction de « 平面设计 pingmian sheji »

Après la *Troisième Session Plénière du Communiste Chinois* issu du *Onzième Congrès du Parti Communiste Chinois* tenu en 1978, une nouvelle ère s'ouvrit en Chine. « L'économie socialiste de marché » fut instaurée par le nouveau chef du parti communiste chinois, Deng Xiaoping. La Chine s'ouvrit alors au système libéral. La situation politique fut et reste paradoxale jusqu'à aujourd'hui car l'Etat se dit politiquement communiste tout en menant une politique économique libérale. La publicité, interdite pendant les décennies précédentes, fut réhabilitée le jour du Nouvel An chinois de l'année 1979³⁶. Puis en 1984, l'encouragement donné à l'initiative individuelle favorisa l'artisanat et les commerces privés.

Le terme « design graphique » se répandit au cours de cette nouvelle situation, en provenance de Hong Kong (la colonisation des anglais en Chine) et de Taiwan (par l'intermédiaire du Japon). Le terme anglais « graphic design » fut traduit le plus couramment en chinois par : 平面设计 (pingmian sheji, Design pour surfaces planes) , 图形设计 (tuxing sheji, Design figuratif ou du dessin) ou 印刷设计 (yingshua sheji, Design de l'impression), par des livres graphiques de Taiwan et Hongkong à la fin des années 1970 et début des années 1980, et répandit en Chine populaire tout au long des

³⁶ Le jour du Nouvel An chinois de l'année 1979, les 15 000 téléspectateurs de Shanghai ont la surprise de découvrir, sous la forme d'une série de diapositives, une publicité vantant une marque d'alcool.

années 1980. La traduction 平面设计 (pingmian sheji) est utilisée plus largement par les Chinois. Voici quelques extraits de définitions:

« 平面设计 (pingmian sheji) est un comportement du design commercial. Il comprend les dessins, les caractères typographiques, les illustrations et les photos, manifestant les contextes et les idées de l'œuvre, pour atteindre un but commercial. Il est lié aux supports tels les logotype, affiche, publicité, packaging, journal, catalogue, magazine etc. »³⁷

« 平面设计 (pingmian sheji) est une discipline du design commercial formé à travers le processus de l'impression. Il est aussi appelé 'design de l'impression'. Il s'agit par exemple de l'affiche, la publicité de journal et/ou de magazine, le packaging, le logo, la publicité distribuée dans les boîtes aux lettres etc., y compris aussi le générique du cinéma et du petit écran (plutôt la télévision). »³⁸

Shenzhen fut défini comme « la première ville » de design chinois grâce à sa culture visuelle du design graphique dans l'exposition *ChinaDesignNow* qui s'ouvrit au Musée Victoria et Albert en Angleterre, le 15 mars 2008. Hongxing Zhang, l'un des organisateurs de l'exposition, proclama: « Nous définissons Shenzhen comme « la

³⁷ Guosong YE, Huiming ZHANG, *La composition en principe du design graphique* (《平面设计之基础构成》), Yifengtang Press (艺风堂出版社), Taipei, 1987. Citation dans Ying LU, *Graphic Art and Design* 《平面设计艺术》, Beijing, Université Renming Press 中国人民大学出版社, 2005, p.6. Traduit du chinois par Dandan LU.

³⁸ Yaozong HE, *Catéchisme du design commercial: Communication et Design graphique* (《商业设计入门: 传达与平面设计》), Taipei, Xionshi Librairie Compagnie 雄狮图书公司, 1979. Citation dans Ying LU, *Graphic Art and Design* 《平面设计艺术》, op. cit.

première ville du design» car elle a vu maître l'apparition du design graphique»³⁹.

L'ouverture économique qui se déroula alors en Chine dans les années 1990 produisit les mêmes effets que le boom de l'industrialisation à la fin du XIX^e siècle et au début de XX^e siècle en Europe. Shenzhen fut notamment une des nouvelles villes de la « Zone économique spéciale », où résidaient beaucoup de graphistes parmi les plus actifs de Chine, grâce au triomphe du libéralisme sur l'« économie socialiste de marché ». Son importance fut également due à sa proximité géographique avec Hong Kong, et son rôle dans l'avancée des progrès de l'imprimerie. En avril 1992, un tournant marquant fut initié par l'exposition *92' Design Graphique en Chine* (92' 平面设计在中国, 92' pingmian sheji zai zhongguo), à Shenzhen. La profession de graphiste n'exista précisément que suite au grand succès de cette exposition. Les designers graphiques chinois avaient obtenu une reconnaissance internationale et pouvaient considérer leur travail comme relevant d'une profession en Chine. Auparavant, les disciplines du graphisme incluaient le domaine « arts appliqués et décoratifs », les spécialistes graphiques comme les affichistes, les typographes, les illustrateurs etc. étaient avant tout des « techniciens artistiques » ou « artisans décoratifs ».

En 1995, l'Association Graphic Design of Shenzhen (AGDS, 深圳平面设计协会 shenzhen pingmian shejishi xiehui), la première association professionnelle de designer graphique, fut établie à Shenzhen en Chine populaire, son premier comité compta Yuefei Wang, Shaohua Chen, Jiaying Han, Dali Zhang etc. Puis l'AGDS définit le concept « Design graphique » à travers deux expositions

³⁹ Le design de Shenzhen reçoit des attentions du monde 《深圳设计亮相世界》, journal *SZ News*, 19/06/2008. Traduit du chinois par Dandan LU. Disponible sur : <http://www.99265.com/Article/Print.asp?ArticleID=11281>

graphiques importantes qu'elle organisa : l'une fut l'exposition *96' Design Graphique en Chine* (96'平面设计在中国, *96'pingmian sheji zai zhongguo*), qui représentait la continuité des œuvres graphiques de l'exposition en 1992 et exposait des œuvres graphiques qui correspondaient aux définitions issues de la traduction du terme anglais « graphic design » en chinois 平面设计 (*pingmian sheji*). La seconde était une exposition d'affiches thématiques avec pour thème *La Communication* (《沟通》 *goutong*) en 1997. Les designers graphiques chinois exprimèrent avec ces deux expositions que leur profession graphique consistait à créer, choisir et utiliser des éléments graphiques (dessins, caractères typographiques, photos, couleurs, etc.) pour élaborer un objet de communication.

b) La « Phase Légendaire »

La période allant des années 1990 jusqu'au début du XXI^e siècle est appelée « Phase Légendaire » du design graphique chinois par Shuai Zhu, jeune théoricien, spécialiste en design graphique chinois. Voici ce qu'il en dit :

« Du milieu des années 1990 au début du XXI^e siècle s'est constituée une phase légendaire dans l'histoire du design graphique chinois. Durant ces dizaines d'années importantes, le design graphique chinois partit de « zéro ». Ce fut la période « Lumière » où culminait la séduction. A l'intérieur, pour créer un « look », des entrepreneurs de publicité recouraient aux graphistes ; « Designer graphique » devint un des métiers les plus enviés. Les écoles supérieures et les universités créèrent, les unes après les autres, le département Design graphique et la spécialité graphisme sans tenir compte du niveau des enseignements ⁴⁰ ».

En raison de la politique chinoise de réforme économique et d'ouverture commerciale internationale, le développement soudain du design graphique chinois fut représenté par des graphistes qui s'étaient fait les complices de l'essor fulgurant du culte du logo et des affiches à caractère culturel ou civique, qui étaient le plus souvent le résultat de concours ou de recherches personnelles.

En Chine, influencées par l'idéologie du marketing et par la globalisation du modèle occidental (notamment américain), les

⁴⁰ Shuai ZHU, *On Design* 《设计观点》, Shenyang, Liaoning Science & Technology Press 辽宁科学技术出版社, 2010, p. 229. Traduit du chinois par Dandan LU.

entreprises chinoises comprirent rapidement que les productions telles que les baskets ou les vêtements de grandes marques étrangères, fabriquées en Chine, et vendues à des prix exorbitants, se faisaient grâce au pouvoir grandissant du style « cool ». Le nerf de leur stratégie de marque était un logo efficace et frappant qui pouvait conférer, à lui seul, prestige et identité. Le design graphique « dans le vent » (plutôt la publicité) pouvait donner à leurs produits un net avantage sur la concurrence dans le marché. Pour créer un « look », ils commencèrent à recourir aux graphistes.

Le design graphique chinois devint de plus en plus visible dans les grandes manifestations graphiques internationales, dès les années 1990. Il était notamment présent grâce aux affiches à caractère culturel ou civique. Les graphistes chinois, surtout de Shenzhen et de Shanghai, travaillaient ardemment à l'intégration de nouveaux concepts graphiques dans leurs propres créations : la photographie, le photo-montage et l'outil informatique graphique ainsi que l'utilisation de caractères typographiques occidentaux, associés aux techniques artistiques chinoises traditionnelles (l'encre, la gravure, la peinture chinoise, la calligraphie etc.). Leurs créations d'affiches, le plus souvent souvent thématiques, étaient en majorité destinées à des concours.

Mais, durant son travail qui a croisé une école de graphisme en France et une école en Chine en l'an 2000, Thierry Sarfis, graphiste français, observa que l'approche sur le design graphique en Chine était « totalement instinctive, les outils théoriques, pour la réflexion dans le domaine de la communication visuelle, leur sont totalement inconnus : sémiotique, linguistique, sociologie, méthodologie [...] Ceci explique la différence de qualité dans leur production entre les

affiches et les supports plus complexes qui nécessitent un travail de collaboration avec d'autres intellectuels»⁴¹.

⁴¹ Thierry SARFIS, « Une longue marche vers le graphisme », revue *Etapas*, N°108, mai 2004, p. 36.

c) Confusion avec la traduction de « 视觉传达设计 shijue chuanda sheji »

D'ailleurs, l'enseignement et l'écriture de l'histoire du design graphique sont, à l'heure actuelle, très demandés pour établir l'histoire de la culture graphique en Chine populaire. Les chercheurs universitaires font des projets de recherche en graphisme et traduisent des ouvrages théoriques étrangers dans le domaine de la culture graphique. Une autre traduction pour le terme anglais « graphic design » apparut. En 1989, Changpei Chai traduisit le livre très important de Philippe Meggs, *A history of Graphic Design*, sous le titre chinois « 二十世纪视觉传达设计史 (*ershi shiji shijue chuanda shejishi*, *Histoire du design de communication visuelle au XX^e siècle*) »⁴². Le mot « 视觉传达设计 (shijue chuanda sheji) » fut alors traduit différemment du terme anglais « graphic design ». Cette nouvelle traduction fut beaucoup utilisée par les chercheurs universitaires de Hanzhou et Shanghai, notamment à la fin des années 1990 et au début du XXI^e siècle.

En fait, le terme « 视觉传达设计 shijue chuanda sheji » correspondait au terme anglais : « Visual Communication Design (Design de communication visuelle) ». Un extrait de la définition par les chercheurs universitaires chinois explique cette

⁴² 梅格斯(美)著(P. MEGGS), 《二十世纪视觉传达设计史》(*ershi shiji shijue chuanda sheji shi*, *Histoire du design de communication visuelle de 20^e siècle*, son titre original américain est *A History of Graphic Design*), 柴常佩译 (traduit de l'américain par Changpei CHAI), 湖北美术出版社 (Hubei Meishu Press), 1^e édition, 1989, 262p.

évolution : « Le terme « Design de Communication Visuelle » était apparue initialement au moment de la *World Design Conference*⁴³ à Tokyo en 1960. Devant la métamorphose perpétuelle des supports de communication, les conférenciers de la *World Design Conference* à Tokyo observèrent que le concept « Design de Communication Visuelle » pouvait davantage correspondre à cette évolution émergente de la communication. Le « Design de Communication Visuelle » explorait les messages visuels accompagnant le texte pour informer le public, mais était lié aussi et surtout aux médias comme le cinéma, la télévision, Internet etc. En résumé, c'était un design pour voir et informer.»⁴⁴

Selon ces chercheurs, l'usage du terme « design graphique » est aujourd'hui obsolète car couramment rattaché à des supports d'impression excluant les nouveaux médias. Ils considèrent que le terme « Design de Communication visuelle » est une terminologie plus pertinente pour couvrir tous les types de design appliqué dans la communication. Celle-ci utilise la chaîne visuelle pour la transmission de messages, précisément parce que ce terme touche au concept de langue visuelle dans n'importe quel média de communication visuelle et n'est pas limité pour pouvoir supporter une forme particulière de contenu. En fait, dans l'encyclopédie libre *Wikipédia*, il est indiqué que l'évaluation d'un bon « design de communication visuelle » est principalement basée sur la compréhension mesurée par le public, et

⁴³ 1960 était une année importante dans l'histoire du design graphique japonais. Tokyo a accueilli le *World Design Conference* du 11 mai au 16 mai, présentant un groupe enthousiaste de designers japonais, des architectes et des designers industriels avec leurs confrères de l'Europe et des États-Unis pour discuter du thème « Total Image for the 20th Century ». *WoDeCo* a invité 80 conférenciers et 300 invités de 26 pays à partager leurs points de vue et leurs idées, particulièrement à la suite de l'avancement technologique et scientifique dans l'industrie. Cette conférence internationale du design à grande échelle a beaucoup contribué à l'essor du design graphique japonais moderne dans les années 1960.

⁴⁴ Yanzu LI, Ying LU, *Graphic Art and Design* 《平面设计艺术》, Beijing, China Renmin University Press 中国人民大学出版社, 2005, p.9. Traduit du chinois par Dandan LU.

non sur une préférence esthétique et /ou artistique personnelle car il n'y a pas de critères universels pour les principes de beauté et de laideur.

En 1996, l'Académie des beaux-arts de Zhejiang (ancien nom de la *China Academy of Art*) remplace l'ancien département de « Design décoratif » par le département « Design de Communication Visuelle ». Puis ce terme commença à être utilisé par beaucoup d'enseignants et de praticiens. Aujourd'hui, dans neuf académies nationales des beaux-arts chinois, il n'en reste que deux qui continuent à utiliser le terme « Design graphique », dont la *China Academy of Art* qui, cependant, en 2007, a changé son nom de département de « Design de Communication Visuelle » en département de « Design graphique ».

***B. Du concept de graphisme au
concept de design graphique
(en France)***

L'américain, William Addison Dwiggins est le premier à avoir utilisé l'expression anglaise « Graphic Designer » (concepteur graphique) pour décrire son activité en 1922, mais son usage ne s'est généralisé qu'au lendemain de la Seconde Guerre mondiale dans les pays anglo-saxons. Le terme français de « design graphique » est également utilisé, bien qu'il soit souvent réduit au terme de graphisme. Celui-ci est jugé un peu trop vague dans les discours dominants, prenant parfois l'allure d'une dispute de chapelles, mais devient, néanmoins, de plus en plus populaire dans les pays francophones. L'extrait de la définition de « graphisme » par les britanniques dans le *Dictionnaire du graphisme* précise que le terme de « Graphisme » est un terme générique désignant une activité qui associe la typographie, l'illustration, la photographie, la mise en page et l'impression dans le but de promouvoir, informer ou instruire⁴⁵. Dans l'ouvrage de référence du design graphique français, *Histoire du graphisme en France*, Michel Wlassikoff expose certains paradoxes du graphisme et parle des difficultés pour établir son histoire. En voici quelques extraits:

« L'expression graphic design fait l'objet d'un consensus au plan mondial depuis plusieurs décennies : elle désigne une pratique créative dépendant de la commande, répondant à une fonction sociale, intrinsèquement liée à l'architecture et au design. Les français ont plus de mal à définir ce que recouvre le terme de graphisme, qui reste privilégié face à l'expression « design graphique », formellement plus juste mais dont la sonorité anglo-saxonne nuit sans doute au succès. « Graphisme », en effet, peut tout aussi bien signifier « un système d'écriture employant des signes définis pour exprimer des idées » que « l'ensemble des moyens grâce

⁴⁵ Alan & Isabella LIVINGSTON, *Dictionnaire du graphisme*, trad. de l'anglais par G. Belleteste, D. Bouilly et Is. Mennesson, Paris, Thames & Hudson, 1998, p.78.

auxquels l'intelligence cherche à atteindre l'intelligence par l'intermédiaire des yeux » – ces deux acceptions datent des années 1920, la première est proposée par le Larousse de 1922, la seconde est de Maximilien Vox. Depuis lors, aucune définition plus satisfaisante n'est venue dissiper les doutes ; ce vocable ne permet toujours pas, ou mal, de faire la distinction entre affichisme, illustration, graphisme. Le « flou artistique » qui entoure sa dénomination atteste qu'en France la conscience de ce qu'est le graphisme à longterm fait défaut alors même que, dans les faits, sa pratique était instaurée de longue date. »⁴⁶

Cette citation montre que les Français sont peu disposés à utiliser une terminologie anglo-saxonne et que la dénomination « graphisme » en France comporte certains paradoxes. La discipline du design graphique français a sa propre évolution : il se caractérise plus par une addition d'individualités que par une identification à une école.

Les paradoxes qui caractérisent l'évolution du graphisme en France relèvent de moins en moins de critères « nationaux » au long du XX^e siècle, l'universalisation des outils et des pratiques tendant à instaurer un graphisme mondialisé aux influences mondiales : allemandes, suisses, américaines, polonaises, japonaises etc. Force est de constater que les nouvelles technologies, et notamment les logiciels graphiques, relèvent de la complexité de la pratique du graphisme et élargissent la palette des réalisations et des applications.

⁴⁶ Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, Paris, Les arts décoratifs/Dominique Carré éditeur, 2008, p.8-9.

1. Des arts graphiques au graphisme

Jules Chéret, *Elysée Montmartre*, affiche, 1896, Paris.



Henri de Toulouse-Lautrec, *aristide Bruant dans son cabaret*, affiche, 46X61 cm, 1893, Paris.



Alphonse Mucha, le papier à cigarette « *Job* », la publicité, 1898, Paris.

En France, l'émergence des arts graphiques coïncide avec la révolution industrielle. Le terme « arts graphiques » n'est connu comme art industriel qu'à la fin du XIX^e siècle. L'affiche appartient à la catégorie des arts graphiques dont la fonction est de présenter et de promouvoir. A la fin du XIX^e siècle, dans les villes en pleine expansion, les affiches étaient l'expression de la vie économique, sociale et culturelle. Paris passait alors pour la capitale du monde artistique. Les arts graphiques s'exprimaient de la manière la plus visible à travers les grands placards publicitaires de style décoratif de l'Art Nouveau : les affiches de Jules Chéret (1836-1932), les affiches de cabaret de Henri de Toulouse-Lautrec (1864-1901) et les publicités pour le papier à cigarette « Job » d'Alphonse Mucha (1860-1939) par exemple. Les affichistes de cette époque firent preuve d'une liberté esthétique et d'une audace créative accompagnant toute première confrontation avec les innovations techniques de production et de reproduction. Même avec l'imprimerie mécanique, les résultats semblaient souvent imprimés à la main. Cette forme d'art commercial étant souvent confiée à des artistes et des architectes/designers, elle était donc fortement influencée par les développements contemporains des beaux-arts et des arts appliqués. Le métier de graphiste, nouveau à cette époque, se limitait principalement à la création d'affiches et à la mise en page de livres, ce qui était étroitement apparenté à William Morris (1834-1896) et au mouvement britannique *Art and Crafts*. A partir des années 1880, la création typographique en France cherche à renforcer ses liens avec le monde de l'art, les arts visuels s'ouvrent alors aux influences étrangères auxquelles la typographie se montre également sensible.

Au début du XX^e siècle, l'artiste solitaire intègre désormais une équipe qui constitue l'un des maillons de la chaîne de l'industrie de la communication. Les entreprises, cherchant à se créer une identité visuelle, inaugurent un nouveau type de collaboration de ce genre.

Peter Behrens, *AEG*, logo
de marque, 1908,
Allemagne.



Peter Behrens, *AEG*, logo
de marque, 1912,
Allemagne.



Par exemple, l'architecte–designer Peter Behrens (1868-1940) est nommé conseiller artistique de la célèbre firme allemande *AEG* en 1907. Selon l'ouvrage historique important de Richard Hollis, à cette époque, les publicitaires et leurs agents utilisaient les services de « dessinateurs publicitaires »⁴⁷. Ces spécialistes ont la particularité d'osciller entre le statut d'artiste et de technicien: typographes, illustrateurs etc., la plupart de ces dessinateurs publicitaires maîtrisaient plusieurs spécialités à la fois, comme les affichistes par exemple. Au cours des premières années du XX^e siècle, l'émergence de cette nouvelle discipline entraîna la création à New York de l'A.I.G.A. (American Institute of Graphic Arts) en 1914, la première organisation fondée tout particulièrement pour la promotion des « Arts Graphiques ». Après la fin de la Première Guerre mondiale, l'Art Directors Club est fondé à New York en 1920 pour promouvoir le statut de la publicité, un domaine des arts graphiques qui ne cesse de prendre de l'importance mais qui suscite la méfiance du grand public en raison des annonces mensongères et des excès visuels qui lui sont associés. Reflétant le nouveau statut de cette discipline, qui s'éloigne de plus en plus de la subjectivité des beaux-arts pour se rapprocher de l'objectivité du design, le typographe américain William Addison Dwiggins (1880-1956) aurait été le premier à employer le terme de « design graphique » en 1922, mais son usage ne se généralise qu'au lendemain de la Seconde Guerre mondiale dans les pays anglo-saxons⁴⁸.

En France, à cause de l'envahissement des signes du commerce, le monde de l'imprimerie craint que l'usage du graphisme entraîne un déclin de la typographie. Les imprimeurs sont les concepteurs de la quasi-totalité des compositions jusque dans les années 1930. Quand

⁴⁷ Richard HOLLIS, *Le Graphisme de 1890 à nos jours*, trad. par Christine Monnatte et Roxane Jubert, Paris, Thames & Hudson, 2002, p.8.

⁴⁸ Charlotte et Peter FIELL, *Graphic Design now*, Taschen, 2005, p.19.

ils se rallient aux courants nationalistes, puissants en France jusqu'à la seconde guerre mondiale, ils rejettent alors avec les typographes français et les mouvements d'Avant-garde parisiens, les apports de l'Allemagne avec sa Nouvelle typographie. Celle-ci prône la conception d'alphabets fonctionnels, une lisibilité inédite de la page et un emploi renouvelé de l'image et plus particulièrement de la photographie. Le terme « graphisme » est alors regardé en général avec suspicion. Pendant la Seconde Guerre mondiale, les méfiances relatives à l'intervention graphique s'accroissent avec les différents mouvements totalitaristes qui utilisent les avancées du graphisme au service de leur propagande⁴⁹.

Comme le note Richard Hollis, la profession de graphiste ou designer graphique n'existe pas avant le milieu du XX^e siècle⁵⁰. Entre les années de l'immédiate après-guerre et la fin des années 1950, on observe un essor considérable du design graphique en tant qu'outil de commercialisation, ce qui entraîne une plus grande spécialisation. Un nombre croissant de grandes compagnies engagent des graphistes pour les aider à différencier leurs produits sur des marchés de plus en plus compétitifs. Le graphisme est désormais reconnu comme une profession à part entière. A cette époque, le design graphique moderniste se détache presque entièrement de ses racines sociales pour devenir inextricablement lié aux exigences de la publicité. Le phénomène de globalisation du design graphique pourrait la symboliser en évoquant par exemple l'Ecole suisse à la fin des années 1960. La reconstruction conduit le graphisme à être centré sur une forme moderniste connue comme étant le « style graphique international », issu de l'Ecole suisse qui s'inspira elle-même des apports du Bauhaus.

⁴⁹ Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, Paris, Les arts décoratifs/Dominique Carré éditeur, 2008, p.8-9.

⁵⁰ Richard HOLLIS, *Le Graphisme de 1890 à nos jours*, op., cit., p.8.

Le graphisme français s'inspire de la méthodologie issue du « style suisse », c'est une véritable avancée, due notamment à l'apport de nombreux professionnels étrangers et à l'ouverture aux influences mondiales que connaît la France jusque dans les années 1960, notamment l'Ecole suisse et l'Ecole polonaise. Vers la fin des années 1960, le graphisme français assiste à une profonde remise en forme de l'idéologie dominante, notamment en raison des contestations des événements de Mai 1968, avec une remise en cause du modernisme et de sa neutralité esthétique déshumanisante et du pouvoir capitaliste. Le long débat, pas toujours constructif, entre le « graphisme » et le « design graphique », oppose les graphistes suisses à ceux qui revendiquent l'école polonaise. Si les premiers prônent une approche relevant du design graphique, les seconds placent la fabrication de l'image au centre de leur activité. Mais, sans aucun doute, la discipline graphique joue à partir de là un rôle croissant dans la diffusion de la culture et de la publicité, et commence à s'étendre à de nouveaux domaines de la communication visuelle tels que la télévision et le cinéma.

La suite est représentée par le postmodernisme, sorte de mise en spectacle de la société de consommation dans laquelle les produits se définissent plutôt par la valeur d'une marque que par la qualité effective de l'objet. Dans les années 1980, la publicité est triomphante et cela devient un argument de vente pour enjoliver ses campagnes. Depuis les années 1980 et jusqu'au début des années 1990, les graphistes se sont fait les complices de l'essor de l'institutionnalisation du culte du logo. « Ils ont trop souvent aidé les entreprises à mettre leurs marques en valeur, au point de paraître presque totalement insensibles aux maux du consumérisme galopant »⁵¹.

⁵¹ Charlotte et Peter FIELL, *Graphic Design now*, Köln, Taschen, 2005, p.33.

Vers la même époque, une nouvelle vague du design graphique postmoderne déferla notamment aux Etats-Unis. En Californie, des graphistes « new wave » (nouvelle vague) remplacèrent « l'objectivité moderniste par une subjectivité postmoderne »⁵². Comme Charlotte et Peter Fiell le signalent : « A l'aide des logiciels d'Apple Macintosh, les graphistes américains (par exemple April Greiman) inventèrent un langage iconographique hybride contenant des messages codés, tandis que l'insertion apparemment aléatoire d'images rappelant des collages donnait à leurs travaux une toute nouvelle vitalité »⁵³. Inspirée par l'émergence des nouveaux médias électroniques, la nouvelle vague californienne propose des compositions déconstruites qui donnent l'impression de messages filtrés par des couches superposées, ce qui apportait en retour de fortes qualités sur le plan tridimensionnel ou sur celui de la profondeur visuelle.

Enfin, selon l'observation de Michel Wlassikoff, « les progrès et les bouleversements liés à l'apparition du numérique touchent tardivement l'Hexagone. Les recherches graphiques débutées en Californie ne représentent pas les prémises d'une nouvelle ère aux yeux de la majorité des graphistes français »⁵⁴.

⁵² *Idem.*

⁵³ *Idem.*

⁵⁴ Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, op. cit., p.9.

2. Du « graphisme » au « design graphique »

Au cours de la dernière décennie, les arts graphiques ont connu une véritable révolution, comme d'autres disciplines, le design a été transformé en profondeur par l'impact de l'informatique. La reconnaissance du design graphique en France est fondée par les profondes mutations de l'ère du numérique. La révolution informatique entraîne directement des mutations dans les pratiques professionnelles du graphisme. Les pixels ont pris le pas sur les caractères d'imprimerie. Le graphiste ne travaille plus face au papier blanc ou au rectangle de la toile, qui préfigurait la réalisation achevée, mais devant un écran d'ordinateur, aux commandes d'un poste de travail destiné à la création comme au contrôle des opérations et de la fabrication. L'apport des technologies numériques rend plus effective la singularité du graphisme, tout en bouleversant la situation du praticien avec sa palette graphique.

L'utilisation généralisée de l'ordinateur et des logiciels graphiques favorise l'usage et la rapidité d'exécution du graphisme. Aujourd'hui, quiconque ayant accès à un ordinateur peut se considérer comme graphiste, quel que soit son talent. Ces autodidactes forcent les designers graphiques professionnels à se maintenir au meilleur niveau de création pour conserver les rênes du jeu. Les contradictions produites par l'avènement du numérique, dont le jeu avec les logiciels, la mise en avant de la virtuosité dans la plupart des productions graphiques, sont une première tentative exacerbée de dépassement pour les designers graphiques. D'ailleurs, l'analyse de Ruedi Baur, graphiste suisse-français, dans *Les 101 Mots du Design graphique*⁵⁵ montre que les avis divergent concernant l'analyse et le partage des différents secteurs artistiques, leur cheminement historique et leur potentiel d'évolution dans le cadre planétaire de la culture graphique.

⁵⁵ Ruedi BAUR, *Les 101 Mots du Design graphique à l'usage de tous*, Collection 101 Mots, Paris, Archibooks +Sautereau Editeur, 2011, 167p.

Certains considèrent avec pessimisme que certains fondements du design graphique se trouvent actuellement abandonnés. Cette position envisage l'histoire du design graphique comme uniquement rattachée à la modernité occidentale, donc plutôt à l'histoire et aux techniques de reproduction à l'ère de Johannes Gutenberg. Les progrès scientifiques et techniques, notamment ceux de l'imprimerie, offrent alors des possibilités pour l'apparition du design graphique dans tout le monde occidental. En effet, à l'ère numérique post-industrielle actuelle, l'idéologie du marketing et de la publicité domine l'ensemble des secteurs de la communication : les publicitaires voient d'un œil inquiet le détournement d'éléments graphiques ; le livre perd de son importance ; le billet de banque s'est transformé en une carte puce ; et même le timbre ne se voit plus guère utilisé, etc. Cette manière de penser quelque peu pessimiste considère que l'usage du design graphique est obsolète, le temps du design graphique serait donc révolu au même titre que celui de l'imprimerie.

D'autres positions plus optimistes utilisent plutôt la notion de communication visuelle pour le définir. Plus largement, le design s'inscrit donc dans une longue histoire de l'évolution des cultures et des sociétés. Elle débiterait avec les premières tentatives de transmission d'un message à l'aide de signes, et pourrait même remonter jusqu'à la période préhistorique. Il existe d'ailleurs plusieurs manières d'interpréter les premières expressions visuelles de l'être humain du paléolithique moyen. A la fin du XIX^e siècle, avec la puissante impulsion de la révolution industrielle, de nouvelles formes d'échange et de communication ont été élaborées dans les grandes agglomérations urbaines. Le graphiste est souvent mal employé par les domaines de la publicité et de la propagande. C'est le cas en ce qui concerne par exemple la propagande politique, la publicité en faveur de l'expansion économique et de la globalisation d'une culture commerciale, exemples qui présentent toutefois l'avantage de permettre l'interaction entre le signe et l'être humain. Cette

conception plus optimiste basée sur la capacité d'évolution du design graphique considère que la communication visuelle a pris une place centrale dans notre société de l'information et de l'image, et que les besoins sont nombreux.

Sous cet angle, comparés à l'imprimerie, les médias numériques n'en sont qu'à leurs premiers balbutiements. La longue histoire des arts graphiques a toujours été et continuera d'être inextricablement liée à la technologie de pointe qui permettra aux graphistes de travailler avec une efficacité toujours plus grande. L'Internet et la puissance informatique permettent de travailler toujours plus rapidement mais accélèrent aussi le processus d'obsolescence stylistique des graphismes. En témoigne un extrait de texte, publié dans *Graphis Poster Annual*, rédigé par Stephan Bundi, en 2000 :

« Actuellement, lorsqu'on parle de design graphique, on est presque obligé d'évoquer les progrès de l'informatique et de l'impact qu'ils ont exercé sur le design, les techniques de reproduction et la communication visuelle dans son ensemble. Sans oublier les changements occasionnés au niveau social : aujourd'hui, le designer n'opère plus tout seul dans son coin, il doit s'en remettre à l'ordinateur et aux unités périphériques. Si le progrès lui a permis d'augmenter sa productivité, il l'a aussi rendu dépendant de technologies complexes, de fabricants de matériels et de logiciels, tout en l'obligeant à travailler en réseau avec ses clients et ses fournisseurs. Son rythme de travail et sa propension à créer reposent donc largement sur des échanges optimaux avec ses interlocuteurs. »⁵⁶

⁵⁶ Stephan BUNDI, *Graphis Poster Annual*, 2000. Citation de Alain WEILL, *Le Design Graphique*, Paris, Gallimard, 2003, p.140.

Etienne Robial, *Canal+*, Images finales de générique, 1995.



L'aspect multidisciplinaire du design graphique peut paraître relativement nouveau mais ce n'est pourtant pas un phénomène récent. Le secteur s'est élargi à mesure que l'application et les possibilités offertes par les nouvelles technologies numériques ont rendu difficile toute définition univoque. Les générations actuelles de graphistes en sont encore à chercher à mieux comprendre leur potentiel communicatif. Ruedi Baur indique : « Les difficultés de définition et l'impossibilité de délimiter avec précision les activités qui relèveraient vraiment du design en général et du design graphique en particulier peuvent être considérées comme une des forces de cette discipline dite en émergence⁵⁷ ».

En France, l'historien Michel Wlassikoff constate que des créateurs graphiques ont intégré les possibilités offertes par les logiciels graphiques, tout en tenant à distance les parasitages qu'ils génèrent dans le champ de la typographie des années 1990. Par exemple, la refonte de l'identité de *Canal+*, assurée par Etienne Robial en 1995, est fondée sur un système d'animation de rectangles de couleur, couplé à des génériques musicaux spécialement composés pour les différents programmes. Ce nouvel habillage délivre une nouvelle leçon élémentaire de graphisme et d'utilisation de la lettre, avec une mise en forme de l'esthétique du multimédia, notamment sur les fondamentaux des formes en mouvement. L'interactivité toujours croissante que permettent les ordinateurs, a transformé la création graphique, qui est au départ un média essentiellement statique, en une discipline qui intègre de plus en plus le mouvement.

Par ailleurs, des graphistes tels que M/M (Paris) ont tissé des liens étroits avec le monde de l'art. « Après avoir assimilé l'esthétique du design graphique suisse et examiné soigneusement le design

⁵⁷ Ruedi BAUR, *Les 101 Mots du Design graphique à l'usage de tous*, op. cit., p.7.



M/M (Paris), The Alphabet et The Alphamen, police de caractères créées à partir de photographies originales d'Inez Van Lamsweerde et Vinoodh Matadin, qui ont fait l'objet d'une série d'affiches sérigraphiées, 2001 et 2003.

graphique anglo-saxon, les M/M font le choix d'une position originale au sein du graphisme en France : dialoguer avec l'art en installant la typographie au cœur du débat ⁵⁸ ». Ils se présentent comme l'expression du puissant désir des graphistes de développer leur propre style. Egalement « explorateurs des limites du kitsch typographique », les M/M renouvellent le genre du « divertissement », mariant de nombreux styles et références, ils développent notamment le dessin de lettres se référant aux enseignes commerciales et autres lettrages vernaculaires, comme leur création des caractères *The Alphabet* et *The Alphamen*. Les M/M ont même été consacrés comme « les designers graphiques les plus intéressants au monde ⁵⁹ » par les designers anglo-saxons.

Selon les M/M, « le graphisme aurait un rôle de nature artistique à tenir dans la mesure où il serait installé au cœur des réalités à la différence de l'art incapable désormais de s'emparer du quotidien et encore moins de s'immerger dans la réalité à travers les moyens du graphisme » ⁶⁰. Le changement de nature du graphisme des M/M montre que les graphistes-auteurs en France bénéficient de l'intérêt des agences de communication qui sont aux commandes dans le domaine socioculturel depuis l'avènement du numérique et la crise de l'après-guerre du Golf. La révolution numérique a aussi brouillé les frontières dans la création en autorisant tous les mélanges entre le graphisme et les beaux-arts, l'illustration, la musique et la mode etc. Les jeunes graphistes français se tournent vers l'édition musicale et la mode où la création est stimulée par l'extension des possibilités de l'intervention graphique. Ils travaillent en tant que directeurs artistiques ou créatifs de publicité. Leur dextérité en matière de

⁵⁸ Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, op. cit., p.293.

⁵⁹ Dennis Dahlqvist: "The french duo Mathias Augustyniak and Michaël Amzalag (M/M) are without a doubt the most interesting graphic designers in the world today."

⁶⁰ Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, op. cit., p.293-294.

composition peut être aisément adaptée à d'autres médias, grâce aux nouvelles technologies et les sophistications des logiciels graphiques de la 2D à la 3D.

Aujourd'hui, les créateurs graphiques en France présentent souvent leurs activités professionnelles en précisant les applications diverses, certains conservent la dénomination de graphisme, d'autres lui préfèrent la terminologie anglo-saxonne. Par exemple, il est intéressant de noter que Nicolas Claveau, graphiste à Montpellier et à Paris, distingue bien les deux concepts sur son site dans sa présentation : « Directeur artistique, graphiste et designer graphique indépendant »⁶¹. Un autre exemple intéressant est le site d'une agence de design produit, graphisme et multimédia, qui mélange ces deux concepts, le Cubedesigns présente leurs activités graphiques de la manière qui suit :

« Nous intervenons sur tous types de supports graphiques :

- Supports traditionnels : logotypes, chartes graphiques, affiches, brochures, packagings...
- Supports numériques : sites internet (conception et réalisation intégrale), installation multimédias (musées, espaces de vente, événements culturels), jeux vidéo, motion graphics (films et animations), interfaces d'applications logicielles ... ainsi que notre produit dédié pour la publication de catalogues interactifs et brochures en ligne : Fluidbook (www.fluidbook.com).

Cubedesigns élargit son champ d'intervention dans la création multimédia (motion design, action script, vidéo, sonorisation...) pour réaliser des installations innovantes,

⁶¹ Disponible sur : <http://www.nicolasclaveau.com/>

expérimentant ainsi les possibilités infinies ouvertes par la confrontation des différents médias numériques. » ⁶²

Comme Michel Wlassikoff en conclut, le mixage culturel est « un des phénomènes marquants de la période contemporaine ». « Le graphisme mélange désormais les notions les plus diverses, les origines et les supports⁶³ ». Le graphisme français rencontre aussi les problématiques de la « mondialisation » : la standardisation et/ou mixité des formes, la désuétude et/ou reformulation des identités nationales. Les créateurs marient les références historiques et culturelles, réutilisent des images du passé, qui ont été stockés par la révolution électronique, en les manipulant et en les assemblant selon une esthétique contemporaine. Ils renouvellent « la tradition qui court depuis les années 1930 jusqu'à l'hybridation des formes typographiques suscitée par l'avènement du numérique⁶⁴ ».

Comme nous l'avons vu, depuis le début de la révolution industrielle jusqu'à aujourd'hui, la communication visuelle est devenue omniprésente, elle a pris une place centrale dans notre société de l'information et de l'image. L'évolution du graphisme en France et du design graphique en Occident place donc les arts graphiques et le graphisme dans une continuité historique. Il a toujours été délicat de tracer une ligne de distinction qui sépare le design graphique et/ou le graphisme de la publicité et de l'art, avec lesquels le design graphique et/ou le graphisme partage certains principes, théories, pratiques ou langages. Un début de réponse pourrait être de définir la publicité comme étant une pratique qui consiste à créer des visuels et des supports de communication dont le but consistera à séduire pour pousser à la consommation, tandis que le graphisme de l'art cherche à ordonner l'information, à donner

⁶² Disponible sur : <http://www.cubedesigners.com/#/fr/>

⁶³ Michel Wlassikoff, *Histoire du graphisme en France*, op. cit., p.297.

⁶⁴ *Idem.*

forme à des idées et à communiquer des émotions à travers des objets graphiques.

C. Design graphique et position éthique

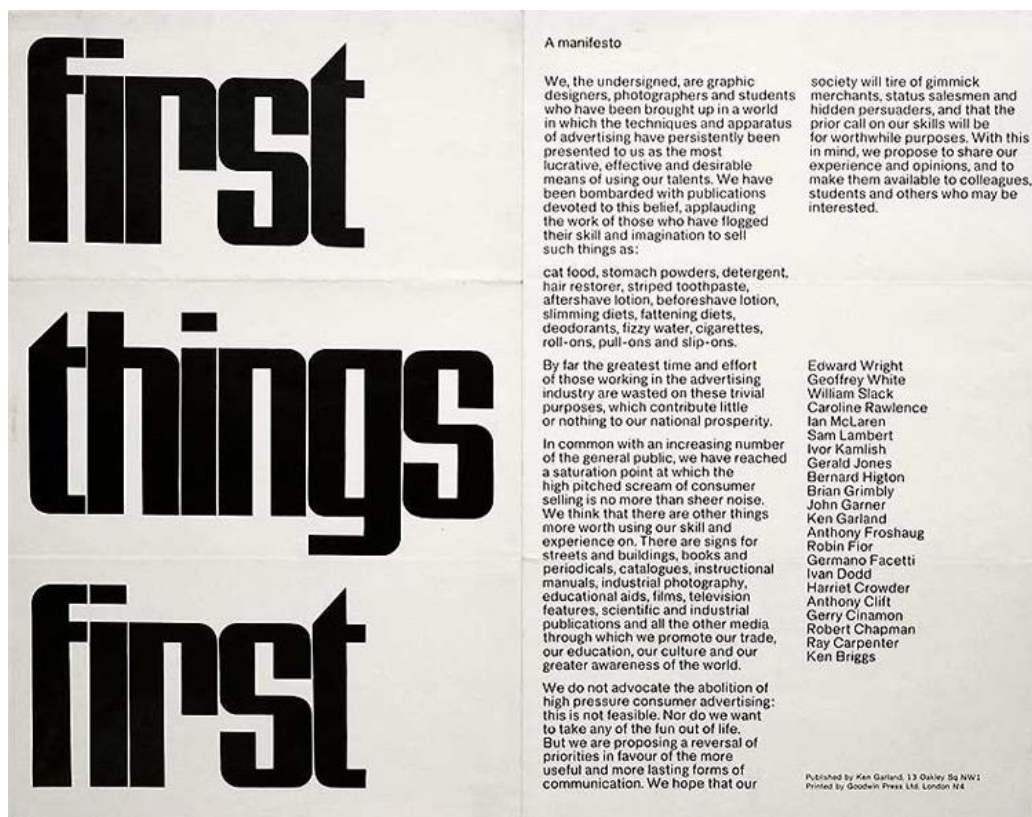
En général, le design graphique peut être défini comme une discipline qui consiste à créer, choisir et utiliser des éléments graphiques (signes, dessins, caractères typographiques, photos, couleurs etc.) pour concevoir des projets d'expression visuelle, et élaborer un objet de communication et/ou culturel. Chacun des éléments est symbolique et signifiant dans la conception du projet, le message véhiculé par les éléments graphiques doit passer dans un langage compréhensible pour le public auquel il s'adresse. Il n'exprime pas les idées du concepteur lui-même, mais sert seulement les besoins précis d'un client liés à l'imprimerie ou à d'autres médias dans le but d'identifier, informer ou instruire, présenter ou promouvoir. « Le design graphique n'est donc pas qu'une activité de création formelle ou esthétique ; c'est avant tout une production discursive majeure dans le champ de la communication. »⁶⁵ Moyen d'identification, d'information et de promotion, le design graphique est devenu une discipline à part entière, sanctionnée par une profession.

Cependant, l'élargissement de la palette des réalisations et des métiers d'application, ainsi que l'impossibilité de délimiter avec précision les activités pourraient révéler qu'il existe des forces toujours émergentes dans le domaine design graphique. Lesquelles pourraient participer à améliorer aussi le design en général.

Après avoir fait un premier état des lieux de la situation du design graphique en France comme en Chine dans le but de comprendre ce que recouvrait ces changements de noms, il me semble souhaitable de m'orienter vers une définition plus philosophique qui permette au créateur de se saisir des enjeux des formes et de ses rapports au monde des humains. En rappelant la pensée fondatrice proposée par

⁶⁵ Philippe QUINTON, *Design graphique et changement*, Paris, L'Harmattan Communication, 1997, p.20.

Le manifeste britannique *First Things First*, 1964, Londres.



célèbre professeur du Bauhaus László Moholy-Nagy : « Le design n'est pas une profession mais une attitude », Ruedi Baur, designer et chercheur franco-suisse, proposait de concevoir que :

« Le design serait donc une attitude créative responsable qui consisterait à proposer des transformations de ce « non humain » avec lequel nous interagissons, ceci dans le but d'améliorer la qualité de cette interaction et plus largement de la vie et de la société. Considérons cette phrase non pas dans son absolu mais plutôt comme un outil pour interroger les formes contemporaines design, et plus spécifiquement du design graphique, sachant fort bien qu'elle pourra paraître ambitieuse ou même utopique à certains. »⁶⁶

Tout au long des années 1980 et 1990, les designers graphiques, puis dans le contexte de la mondialisation, ont participé largement à l'institutionnalisation de la marque. En 1999, l'efficacité du livre *Open Here : the art of instructional design* de Paul Mijksenaar et Piet Westendorp conforte les idées avancées par le « metteur en pages » néerlandais Piet Schreuders dans son célèbre texte polémique *Lay In - Lay Out* (publié en 1977 et réédité dans les années 1990), selon lequel « les graphistes sont criminels parce qu'ils pratiquent une profession ultra-spécialisée dont le monde pourrait parfaitement se passer ». Tandis que l'on se posait la question de la nécessité de cette profession, les graphistes se préoccupaient de savoir s'ils étaient ou non des artistes.⁶⁷

Dans l'Europe des années 1960, les designers graphiques estimaient que leur métier consistait à résoudre des problèmes. Le fameux manifeste britannique « First Things First » en 1964, extrait du livre *Le*

⁶⁶ Ruedi BAUR, *Les 101 mots du Design Graphique à l'usage de tous*, op.cit., p.7.

⁶⁷ Référence au livre *Le Graphisme de 1890 à nos jours*, écrit par Richard HOLLIS, traduit de l'anglais par Christine Monnatte et Roxane Jubert, Paris, Thames et Hudson, 2002, p.216-223.

Graphisme de 1890 à nos jours nous rappelle que : La télévision et les industries de la communication avaient sorti le graphiste de son atelier pour l'installer dans des bureaux où « les solutions graphiques » devaient être discutées en équipe. Le problème de la reconnaissance de la profession était toujours à l'ordre du jour. En 1963, à Londres, un groupe signa un manifeste déplorant l'adulation de ceux qui avaient « vendu leur talent et leur imagination pour vanter des produits de consommation. Nous pensons qu'il existe d'autres champs d'activité pour l'exercice de nos talents et de notre expérience⁶⁸ ».

La longue complicité entre le métier de graphisme et les grandes entreprises a conduit à l'expansion rapide et à la mondialisation d'une culture commerciale. Vers la fin du XX^e siècle, les designers graphiques commencent à s'interroger sur leur identité et leur rôle social, notamment sur les fondements éthiques du travail qu'ils produisent. Entre l'automne 1999 et le printemps 2000, les revues de différents pays, telles que *Adbusters*, *AIGA Journal*, *Blueprint*, *Emigre*, *Eye*, *Form*, *Items*, republient le manifeste britannique « First Things First » et une version actualisée de ce texte, signée par trente-trois graphistes (y compris des designers graphiques, des directeurs artistiques et des plasticiens). Ce nouveau manifeste fait les constats suivants :

« Nos compétences seraient mieux utilisées à défendre des causes et à résoudre des problèmes plus importants. Des crises environnementales, sociales et culturelles sans précédent requièrent notre attention. Beaucoup d'interventions culturelles, de campagnes de marketing, de livres, de magazines, d'expositions, d'outils éducatifs, de programmes de télévision,

⁶⁸ Richard HOLLIS, *Le Graphisme de 1890 à nos jours*, op. cit., p.166.

de films, de causes charitables et d'autres projets de conception de l'information exigent instamment notre expertise et notre aide.

Nous proposons un renversement des priorités en faveur de formes de communication plus utiles, plus durables et plus démocratiques – une prise de conscience éloignée du marketing de produit et tournée vers l'exploration et la production d'une nouvelle forme d'expression. Le champ du débat se resserre ; il doit s'étendre. La défense du consommateur demeure incontestée ; elle doit être mise à l'épreuve par d'autres perspectives exprimées, en partie, par les langages visuels et les ressources de conception. »⁶⁹

Dans le sillage de ce manifeste, la définition de design graphique s'est élargie jusque dans ses compositions plus ou moins articulées au propos tenu sur le design graphique et, en particulier, relativement à son histoire, sa position éthique, sa posture esthétique. Avec la croissance explosive de la culture commerciale globale, ce message est devenu une urgence pour le design graphique chinois d'aujourd'hui.

⁶⁹ Manifeste pour le design graphique de l'an 2000, « First Things First », publié dans les magazines *Adbusters* (le Canada), *Emigre* N°51 (les États-Unis) et *AIGA Journal* (États-Unis), *Eye* magazine N° 33 vol. 8, Automne 1999, (britannique), *Form* (la Grande-Bretagne) et *Items* (les Pays-Bas), traduction française, *Art grandeur nature*, éditions Synesthésie, 2004.

CHAPITRE II

HYBRIDATION ARTISTIQUE ET MÉTISSEGE CULTUREL

De ces cinq mille ans de civilisation glorieuse, la culture chinoise conserve de riches atouts. Au cours de sa longue évolution, elle a engrangé aussi beaucoup d'énigmes insolubles comme ce travail de recherche en rend compte. Pendant la période antique, l'évolution sociale et culturelle chinoise s'est faite de façon lente et ordinaire, selon ses propres traditions riches sous multiples aspects. Depuis cent cinquante ans, la Chine traverse une période plus agitée, elle s'est industrialisée puis a participé à la globalisation du capitalisme occidental au tournant du XX^e siècle. Le considérable mouvement d'acculturation de l'art et de la société chinoise en général, révèle une forme de modernité engageant l'une des plus anciennes civilisations en posant le problème de l'adaptation à l'occidentalisme, et celui de la tradition à la modernité. C'est un phénomène d'hybridation technique et esthétique qui cristallise un peu caricaturalement la spiritualité de l'Orient et le matérialisme de l'Occident dans l'art chinois moderne et contemporain.

Eric Janicot, historien français, spécialiste en art moderne chinois, précise ses nouvelles approches sur l'art moderne chinois :

« Le début des années 1930 marque l'essor de l'art moderne occidentalisé par le développement de sa doctrine. L'esthétique et l'histoire comparées des arts permettent, d'une part, de naturaliser les productions artistiques européennes et les théories qui les accompagnent, d'autre part, de relier l'art chinois à l'esthétique mondiale. Ces deux points favorisent l'occidentalisation de la culture chinoise en réaffirmant la supériorité de l'expression artistique traditionnelle et de son esthétique fondée sur le critère décisif du « rythme spirituel » (气韵 qiyun). Gagnés par les idées marxistes, les théoriciens ont une conscience accrue des présumées vertus transformatrices de l'expression artistique considérée comme une activité d'ordre social. Ce phénomène pousse la conception républicaine de l'art

comme expression de la modernité, de l'occidentalisation, vers la définition d'un art social. La recherche d'une forme artistique capable de toucher un large public conduit alors les théoriciens à promouvoir le naturalisme au détriment du formalisme et consacre l'inversion des critères esthétiques. La « ressemblance formelle » (形似 xingsi) supplante le « rythme spirituel » comme critère souverain. »⁷⁰

Après l'offensive des troupes japonaises en 1937, le formalisme est supplanté en majorité par le naturalisme, notamment par une adaptation du « réalisme-socialiste » dans l'esthétique pragmatique de la « pensée Mao Zedong » qui fonde son esthétique sur les critères politiques et artistiques. Les artistes sont alors chargés de promouvoir la résistance nationale et la révolution. L'expression artistique est réduite à un instrument de propagande et est aussi un outil pédagogique pour « la lutte des classes ».

La *Troisième Session Plénière du Parti Communiste Chinois* issu du *Onzième Congrès du Parti Communiste Chinois* tenu en 1979 est responsable de la décision historique de faire du développement économique le centre de gravité de toute l'action du gouvernement en Chine. La réforme sociale et l'ouverture économique ont radicalement modifié le destin de la Chine. L'art contemporain chinois connaît les mêmes effets de l'occidentalisation que le modernisme chinois durant la première moitié du XX^e siècle. Eric Janicot observe à ce sujet :

« Pour la première fois de son histoire, malgré un état de guerre permanent et un temps singulièrement bref, l'esthétique et l'art chinois ont relevé le défi d'apporter une redéfinition de leur identité. Une identité issue de la confrontation avec

⁷⁰ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p.18.

l'Occident et considérée comme partie intégrante de l'esthétique universelle. Héritier de cette période riche en promesses avortées par les vicissitudes de la politique intérieure, l'art contemporain chinois – qui connaît en termes similaires les mêmes phénomènes de rattrapage des dernières nouveautés d'Occident et de réévaluation de la tradition – tente d'opérer, après une longue éclipse, une nouvelle révolution. A la fin des années 1980, les théoriciens de l'art revendiquent la diversité stylistique, la liberté d'expression et l'ouverture à l'Occident – retour aux vertus démocratiques des pères fondateurs de la première république – en souhaitant, selon une prudente et plaisante formule, l'avènement d'une « civilisation spirituelle socialiste ». »⁷¹

Pourtant, le design graphique n'entre pas dans les activités habituellement considérées en Chine comme de l'art, son développement est lié au renouvellement des catégories esthétiques et des choix artistiques chinois. Ses œuvres ont été l'objet de diverses stratégies pour être reconnues en tant qu'œuvres d'art.

D'ailleurs, un designer graphique est non seulement « un médiateur qui agit sur les conditions de réception et d'appropriation des informations et des savoirs qu'il met en forme »⁷², mais il est aussi un comptable de sa culture artistique, sociale et politique, qui « utilise la somme des expériences et des connaissances acquises dans les domaines artistiques et techniques, ayant pour objectif de

⁷¹ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p.61.

⁷² Annick LANTENOIS, *DDDAAA*, colloque sur le design graphique, Ecole Régionale des Beaux-Arts, Valence, mars 2007. Disponible sur : <http://www.erba-valence.fr/dddaaa/1440/A.html>

répondre à la question posée par le commanditaire »⁷³. Le design graphique est alors « le produit des énergies sociales qui la traversent, et le reflet des tensions qui s'y affrontent »⁷⁴. En même temps, il est un instantané de la vie sociale qui convoque chez le regardeur son histoire personnelle où présent et passé se télescopent.

⁷³ DIEGO ZACCARIA, *L'affiche, paroles publiques*, Paris, Textuel, 2008, p.10.

⁷⁴ *Idem*, p.9.

***A. Les arts graphiques
modernes (Les
modernistes
traditionalistes)***

Au début du XX^e siècle, des intellectuels modernistes chinois formulent un constat de fin de civilisation en raison de la décadence de la société traditionnelle chinoise, de sa déréliction morale et de l'arriération de ses mentalités. Ce constat est notamment accentué par le triomphe du présumé matérialisme occidental, auquel la Chine est confrontée lors de l'expansion coloniale. L'ouverture à l'art européen est supposée garantir la modernisation du monde chinois. Se construit alors une civilisation non plus caractérisée par le « Rite » d'ordre social confucéen, mais par de nouveaux signes qui relèvent du domaine scientifique et technologique. Le manque de considération vis-à-vis du savoir technique et scientifique conduirait au sous-développement de la Chine.

Influencés par l'esthétique moderniste républicaine et les activités commerciales entre la Chine et l'Occident, les arts graphiques de la Chine moderne ont favorisé une hybridation esthétique, qui empruntent les formes et techniques de l'art occidental tout en restant attachés à maintenir l'héritage de la rhétorique traditionnelle chinoise, au sein des affiches-calendriers publicitaires et des couvertures de magazines et de livres. Ils constituent le prélude du design graphique chinois durant les trois premières décennies du XX^e siècle, en s'appuyant sur les contingences économiques et sociales.

1. Constitution du modèle graphique commercial (1910-1940)

Dès le début du XX^e siècle, les activités commerciales entre la Chine et l'Occident ont favorisé une hybridation esthétique au sein des affiches publicitaires. C'est ce qui va être traité dans ce sous-chapitre afin d'évaluer les modèles qui vont se constituer jusqu'à irriguer les affiches maoïstes jusqu'aux plus actuelles.

Contrairement à l'artiste, le graphiste travaille dans l'objectif d'une reproduction industrielle. Selon Clement Greenberg⁷⁵, le design graphique est un phénomène « kistch » qui accompagne la mise en place de l'économie industrielle. Le boom de l'économie de marché provoqué par les puissances occidentales force les entrepreneurs chinois à s'industrialiser au tournant du XX^e siècle. Au début du XX^e siècle, influencé par le darwinisme social et le culte de l'Occident, le terme « occidentalisation » est synonyme de « nouveauté », « modernité » et « mode » dans le contexte chinois. Shanghai est alors la première métropole chinoise occidentalisée en Chine en raison de ses nombreuses firmes et concessions occidentales⁷⁶. Les signes du rationalisme et du positivisme d'Occident se manifeste par l'architecture des villes modernes et leur urbanistique. Jusqu'aux années 1930, elle a été connue sous le nom de « Paris Oriental » et est devenue une ville fascinante de modernité qui se distingue vraiment des autres villes traditionnelles chinoises. Elle est décrite dans le célèbre roman *Minuit* (《子夜 Ziye》) de l'écrivain moderne chinois

⁷⁵ Clement Greenberg, « Avant-garde et kitsch », dans *Arts et culture, essais critiques*, traduit de l'américain par Ann Hindry, Paris, Macula, 1989, p. 9-28.

⁷⁶ Depuis la fin du XIX^e siècle, Shanghai devient de plus en plus occupée par des pays étrangers. Entre 1920 et 1930, elle est divisée en plusieurs quartiers occupés par les européens, les américains et les japonais. Cette période d'occupation a profondément marqué l'identité culturelle de la ville, tout en contribuant à l'essor des arts, du cinéma, du théâtre, à la naissance du premier groupe de jazz chinois, ainsi qu'à la formation du Parti Communiste Chinois en 1921. A cette époque, Shanghai est comme une ville colonisée par des pays différents. La Concession française est la plus connue, il y existe une certaine liberté et une certaine vivacité culturelle. Cette période d'occupation représente non seulement une forme d'occupation commerciale ou économique, où sont aussi véhiculés des messages à caractère politique, par les modes de vie et la pensée occidentale par exemple.

Dun Mao (1896-1981), écrit et publié en 1932. Leo Oufan Lee (né en 1939), un écrivain américano-chinois, indique que les affiches-calendriers publicitaires et les publicités sur magazine et journal ont un rôle très important dans la construction et la propagande de cette modernité chinoise à Shanghai, notamment dans les modes de pensée et de vie occidentaux.

a) L'affiche-calendrier, un condensé social de l'époque républicaine à Shanghai

Dans le préambule du livre *L'affiche, paroles publiques*, après une narration de son expérience urbaine personnelle, Diego Zaccaria observe « le secret de l'affiche ». Pour lui, « le secret » des affiches publicitaires et/ou culturelles réside dans leur force évocatrice de l'image qui ne vient pas tant de leurs qualités artistiques que de leur substance de la répétition : « de ce qu'elle (l'affiche) donne à voir et à revoir ; de sa temporalité éphémère et de son intemporalité sociale ; de cet équilibre entre le présent et le passé. Non pas tant la survivance de l'image elle-même que de ce qu'était la vie en ce temps-là, et la perception, la mémoire que nous en avons gardées. Cette puissance de l'image nous hante plus que l'image. Elle fixe non pas notre mémoire, non pas nos souvenirs, mais une scène, un moment, une ambiance ». ⁷⁷ L'affiche est alors « un aide-mémoire » pour le quotidien urbain. Cet auteur interprète l'histoire personnelle de Walter Benjamin (1892-1940) pour enrichir son observation :

« S'approprier son histoire personnelle libère l'action politique, tel est le sentiment profond de Walter Benjamin. L'affiche, parmi les objets du quotidien, est un condensé politique, artistique et social d'une époque, d'un temps. En arrêt devant l'enseigne annonçant un dépôt de vente de « *sel Bullrich* », Walter Benjamin est projeté plusieurs années en arrière dans un quartier berlinois. »

« La « trace » laissée par l'affiche se résume au nom du produit : « sel Bullrich ». Elle évoque ce lointain vécu de l'écrivain. L'affiche vue « il y a bien des années » se déploie avec ses promesses de rêve qui égayent le quotidien urbain.

⁷⁷ DIEGO ZACCARIA, *L'affiche, paroles publiques*, Paris, Textuel, 2008, p.6.

L'affiche-
calendrier
publicitaire de
cigarettes
HATAMEN
collectionnée
par Leo Oufan
LEE, signé par
Boxiang HU
(1896-1989),
1930, format :
69X35 cm.



« Une image de la quotidienneté de l'utopie. » Pour Walter Benjamin, l'image est cet instant de rencontre de l'« Autrefois » et du « Maintenant ». « En d'autres termes, l'image est la dialectique à l'arrêt. »

« Le point à partir duquel l'historien remonte le cours de l'histoire à « rebrousse-poil ». Ainsi en est-il de l'affiche « sel Bullrich ». Ce point d'arrêt, ce lieu de rencontre entre le « Maintenant » du flâneur et son « Autrefois », qui, l'émotion passée, déclenche la rêverie, convoque son histoire personnelle et frappe à la porte de l'Histoire. Moment crucial où l'« espace public » selon la qualification de Jürgen Habermas (1929) est un lieu d'échange, un lieu de mise en débat public et réflexif. »⁷⁸

Cette expérience du quotidien urbain est aussi développée par Leo Oufan Lee. Dans son ouvrage *Shanghai Modern : The Flowering of a new Urban Culture in China 1930-1945*, Leo Oufan Lee analyse une affiche-calendrier de sa collection personnelle :

« Permettez-moi d'essayer d'interpréter la position d'une femme d'une affiche-calendrier de ma collection. C'est une affiche-calendrier publicitaire de cigarettes *HATAMEN*. Elle est peinte avec la technique du 擦笔淡彩 (*cabi dancai* : estomper et peindre à l'aquarelle), une technique caractéristique de l'affiche-calendrier dans les années 1930, inventée par Mantuo Zheng (1888-1961). Le corps de cette femme n'est pour une fois pas allongé du fait des besoins liés aux écrans comme dans certaines affiches-calendriers. Cette femme est assise sur le bord d'une rivière, un couple de cygnes nage dans l'eau, l'herbe

⁷⁸ DIEGO ZACCARIA, *op. cit.*, p.7.



L'affiche-
calendrier
publicitaire de
cigarettes
HATAMEN
collectionnée
par Leo Oufan
LEE, signé par
Boxiang HU
(1896-1989),
1930, format :
69X35 cm.

et les branches d'arbres situées dans la partie droite supérieure et en bas sont peints avec le style traditionnel. Cette scène me rappelle une scène du roman d'amour de l'Ecole de Mandarin Duck and Butterfly (鸳鸯蝴蝶派 yuanyang hudie pai)⁷⁹, avec notamment ce couple de cygnes métaphorique en référence à un couple de canards mandarins.

Observons maintenant cette femme : elle est vêtue de costumes traditionnels, mais son allure moderne la différencie de la femme traditionnelle. Par exemple, la fleur sur sa robe rappelle la métaphore poétique concernant la femme : une fleur – une fleur solitaire avec des passions éparses révélées par son air triste... Peut-être soulignais-je cette association de pensées avec cette fleur, parce que le visage de cette femme évoque une célèbre actrice de cinéma, Lingyu Ruan (1910-1935). Elle est très célèbre, a été une grande idole et représente une légende d'une femme passionnée dans les années 1930. Elle s'est suicidée par amour. Effectivement, les actrices de cinéma sont souvent les mannequins des affiches-calendriers publicitaires... »⁸⁰

Cette analyse d'une œuvre graphique de Leo Oufan Lee témoigne positivement de la vision sociologique de Pierre Bourdieu (1930-2002) selon laquelle le regardeur juge toujours l'image selon la fonction

⁷⁹ Ecole de « Mandarin Duck and Butterfly » (鸳鸯蝴蝶派 yuanyang hudie pai) est reconnu à Shanghai comme le principal roman moderne d'amour dans les années 1920 et 1930.

⁸⁰ Leo Oufan LEE 李欧梵著, *Shanghai Modern: The Flowering of a new Urban Culture in China 1930-1945* 《上海摩登-一种新都市文化在中国 1930-1945》, traduit de l'américain au chinois par Jian MAO 毛尖译, Beijing, Peking University Press 北京大学出版社, 2001, p.92-93. Texte américain original publié par Harvard University Press, 1999. Traduit du chinois par Dandan LU.

qu'elle remplit pour lui ou pour le groupe social qu'il représente⁸¹. La compréhension d'une affiche ou d'une œuvre graphique suppose les connaissances conscientes ou inconscientes du regard porté sur l'objet. Sa réception s'inscrit dans un contexte social, économique, politique et culturel.

Dès les années 1920, les affiches-calendriers publicitaires deviennent le support médiatique le plus efficace et omniprésent de la publicité de l'époque. Elles empruntent à la tradition chinoise l'usage des estampes (affiches) du Nouvel An, réalisent des images naturalistes photographiques réhaussées à l'aquarelle pour la publicité. Elles associent produits industriels et beauté occidentalisées dans une forme graphique hybride qui conserve les signes artistiques autochtones : signature tracée au pinceau et apposition du sceau de l'artiste.

En fait, les premières affiches-calendriers comportent des calendriers solaire (occidental) et lunaire (chinois) juxtaposés. Ensuite, une grande quantité d'affiches-calendriers de qualité ont été diffusées à l'étranger, notamment en Asie du Sud-Est. Leur succès était tel que les firmes ont décidé de ne plus y ajouter systématiquement de calendrier pour dépasser les limites du temps. Mais le nom « affiche-calendrier publicitaire » est toujours resté pour qualifier cette catégorie d'affiches. Cette dénomination générique s'applique indifféremment aux images placardées de l'époque.

Retournons à cette affiche-calendrier publicitaire collectionnée par Leo Oufan Lee, elle confirme trois analyses évidentes : l'évolution formelle (des techniques de dessin), le reflet de la mode féminine et les mutations du statut émancipé de la femme.

⁸¹ Pierre BOURDIEU, *La Distinction*, Paris, Editions de Minuit, 1979.



Affiche publicitaire japonaise pour le dentifrice *Club*, 1910. « L'affiche de la belle dame » a été lancée par le grand magasin Mitsukoshi à la fin du XIX^e siècle. Il n'y figure qu'un minimum de texte. Il s'agit parfois juste du nom de la firme. Cette sobriété textuelle permet de donner plus d'impact visuel à l'image centrale, qui représente, en gros plan, une jolie femme en kimono, dont seul le buste ou les trois quarts du corps sont visibles. Non seulement, « L'affiche de la belle dame » a obtenu un succès retentissant dans l'art commercial au Japon, mais elle a aussi fortement influencé le domaine de l'affiche chinoise. Les croyances traditionnelles populaires en Chine, interdisaient d'accrocher dans une maison la représentation d'une partie seulement du corps, car une telle image pouvait porter malheur. Ce changement a permis de donner plus d'expressivité et de vie aux personnages, comme sous l'effet d'un Zoom.



Mantuo ZHENG, Affiche-calendrier publicitaire des années 1920-1930 pour *Heji yanghang*, une firme britannique, aux activités commerciales multiples.

b) L'évolution formelle des techniques de dessin dans l'affiche-calendrier

- UNE NOUVELLE REPRESENTATION DE LA FEMME ET LE CADRAGE DU GROS PLAN

L'influence des techniques de l'art occidental et de l'affiche japonaise conduit à deux innovations des techniques de dessin dans l'affiche-calendrier publicitaire. La première part, l'innovation la plus importante réside dans la composition et la présentation des personnages. Les croyances populaires chinoises admettent uniquement la représentation de personnage en entier, car une telle image, comme la représentation d'une partie seulement du corps, pouvait porter malheur. Or, depuis les années 1920, les affiches-calendriers publicitaires, en s'inspirant de *L'affiche de la belle dame* très à la mode au Japon, ont réussi à briser ce tabou et ont dessiné des femmes en gros plan, montrant seulement le buste ou les trois quarts de leur corps. L'affiche publicitaire célèbre de *Heji Yanghang*, dans les années 1920-1930, témoigne de cette mutation. Brisant les tabous, cette affiche donne à voir une femme en gros plan, ne montrant que les trois quarts de son corps. Signée par Mantuo Zheng, elle révèle une autre innovation sur la technique de peinture « 擦笔淡彩(*chabi dancai*, estomper et peindre à l'aquarelle) » découverte par Mantuo Zheng lui-même.

- LA TECHNIQUE DU « PINCEAU FROTTE » (HYBRIDATION DES TECHNIQUES : LES PEINTURES CHINOISES ET LA PHOTOGRAPHIE)

Au cours des années 1920, à Shanghai, une technique hybride de dessin « 擦笔淡彩(*cabi dancai*: estomper et peindre à l'aquarelle) » fait fureur chez les affichistes modernes chinois pour l'illustration de l'affiche-calendrier publicitaire. Mantuo Zheng était portraitiste dans un studio de photographie de Hangzhou où il reproduisait la photo en grand format en noir et blanc avec un procédé d'estompage, où il s'agissait d'agrandir la photo ou l'image avec des règles sur le papier, peindre précisément le profil de l'image et estomper avec un pinceau frotté enduit de poudre de carbone. La technique d'estompage et l'usage du carbone donne plus de relief à l'esquisse. L'amélioration apportée par Mantuo Zheng a été de rehausser les parties frottées à l'aquarelle pour la finition, procurant ainsi à l'esquisse plus de douceur dans les dégradés d'une couleur à l'autre et dans les passages de l'ombre à la lumière. Mantuo Zheng a toujours refusé de dévoiler cette technique de dessin à ses confrères d'affichiste, ce qui lui permit de gagner somptueusement sa vie et d'avoir d'innombrables commandes pendant plusieurs années. Zhiying Hang (1901-1947) et Meisheng Jin(1902-1989) percent ensemble ses secrets, cette technique permet alors à tous les affichistes de réaliser des affiches de jolies femmes, devenues une véritable institution dans les années 1920-1930, et marque les esprits de l'époque.

Sous l'angle esthétique, Eric Janicot analyse avec pertinence cette technique hybride:

« Ces images obéissent à une typologie qui se conforme à une forte européanisation de la représentation de l'espace, du lieu, des figures et de leurs activités mais aussi, du décoratif. L'illusion tridimensionnelle est obtenue, en particulier, grâce à une adaption de la perspective linéaire monoculaire : vue d'angle et cavalière conduite par des obliques convergentes ou parallèles. Cet effet de profondeur est amplifié par l'usage du rabat et de la chute du second plan qui précipitent le regard du spectateur au cœur de l'image. Les produits conditionnés, quant à eux, sont représentés en volume suivant la perspective axonométrique. Pour augmenter l'effet de relief, ils peuvent être détournés par un cerne noir éventuellement redoublé avec un contour blanc en défoncé. Ce procédé est également appliqué aux nouvelles polices de titrage : la typographie moderne confère le volume aux sinogrammes. Les scènes d'extérieur se partagent entre espaces chinois – paysages campagnards, jardins de maisons traditionnelles et autres pavillons au bord de l'eau – et espaces occidentaux renvoyant aux sports et divertissements européens – tennis, minigolf, piscine en plein air et terrain d'aviation. Les scènes d'intérieur évoquent, en majorité, l'architecture et le mobilier d'occident. Les élégantes européanisées sont représentées dans le rôle traditionnel de même ou de simple beauté mais, le plus souvent figurées dans des activités modernes... Enfin, l'européanisation du style peut s'achever avec la reprise, pour les bandes d'encadrement, de motifs ornementaux Art Nouveau ou Art Déco. »⁸²

En fait, au début du XX^e siècle, l'art occidental est peu introduit en Chine. Beaucoup d'affichistes ont appris les techniques occidentales

⁸² Eric JANICOT, *L'art moderne chinois Nouvelles approches*, Paris, Edition You Feng, 2007, p.100-101.

Zhiying HANG,
affiche publicitaire des
années 1920 pour
Qiandai Yanghang,
firme japonaise
spécialisée dans la
vente d'appareils
photo.



Zhiying HANG, *Les belles femmes des quatre saisons*, série des
affiches publicitaires pour la firme de cigarettes *Fengtian*
Taiyangyan, années 1930.



sur le tas, ils ne maîtrisent pas toujours l'orientation de la lumière, l'anatomie du corps humain. Comme en témoigne l'affiche-calendrier publicitaire dans les années 1920 pour *Qiandai Yanghang* (Chiyo-yoko photo supplies), la firme japonaise spécialisée dans la vente d'appareils photo, dont le corps et la tête des personnages sont disproportionnés et la main trop grande.

D'ailleurs, pour l'adaptation de la taille de la peinture, certains affichistes recherchent un effet de style pour « une représentation d'une certaine grâce féminine » avec la déformation volontaire du corps de la femme, comme celles signées par l'atelier de Zhiying Hang. Une série d'affiches publicitaires pour la firme de cigarettes *Fengtian Taiyangyan*, dénommée *Les belles femmes des quatre saisons*, témoigne de ces lacunes de dessin. Le corps de ces quatre belles femmes sont rallongés de manière irréaliste.

c) La mode féminine et les mutations sociales : vers un statut émancipé de la femme

Sur cinq mille ans d'histoire en Chine, les femmes chinoises n'ont jamais connu un changement aussi rapide qu'au cours des trois décennies du début du XX^e siècle. Le grand nombre d'apparitions de l'image féminine dans les arts graphiques commerciaux de cette époque est un phénomène significatif. Les « nouvelles » femmes urbaines sont apparues dans les scènes de vie sociale moderne. A partir de 1912, les femmes n'ont plus les pieds bandés et ont toutes accès à l'éducation. Après le Mouvement du 4 mai 1919, en faveur de la modernisation de la Chine, les femmes chinoises obtiennent de nombreuses libertés et élargissent leur champ d'activité. D'autre part, ces femmes sortent de leur « boudoir » pour devenir les grandes actrices de la consommation. Les entrepreneurs étrangers et/ou chinois flairant ce bon filon, ont dès lors besoin de former un modèle de femmes ayant « le goût de l'urbain » pour stimuler la consommation. Les jolies dames dans les affiches-calendriers des années 1910 à 1930 témoignent de cette mutation sociale et de ce nouvel engouement pour la consommation.

- LA MODE COMME MODELE ET FACTEUR DE MUTATION SOCIALE

Dans une autre affiche de Zhiying Hang par exemple, une jolie dame fait du vélo, elle est vêtue à l'occidentale, et a une allure très glamour, dans le style des stars hollywoodiennes modernes, souriantes, vigoureuses et sportives. Evidemment, ce mode de vie est toujours influencé par les modes de vie occidentaux. Cette affiche reflète l'idée que les femmes chinoises ne sont plus cantonnées à l'unique rôle de femme-mère. La majorité des affiches-calendriers publicitaires représentent souvent de façon expressive l'état de la vie sociale des femmes bourgeoises, y compris leurs rôles et/ou activités modernes sociales : étudiante, star de cinéma, tennis-woman, aviatrice, nageuse, séduisante citadine et femme-poupée etc.

D'ailleurs, les affiches-calendriers publicitaires de l'époque illustrent à merveille cette mutation sociale à travers la mode des vêtements féminins. Ailing Zhang, célèbre femme écrivain chinoise moderne observe que : au règne de la Dynastie Qing, chaque femme a porté les mêmes types de vêtements pendant trois cents ans, sans aucun changement. Les femmes chinoises traditionnelles ne sont pas comparables aux femmes chinoises de la période républicaine, non seulement spirituellement, mais aussi du point de vue de leur représentation iconique.⁸³ Il est évident que les vêtements des femmes dans l'affiche-calendrier publicitaire connaissent un succès considérable. Elles sont soit occidentales : jupes plissées, robes drapées (appelées aussi tunique-robe chinoise), soit européanisées :

⁸³ Jiazhi LIN, *Histoire des arts commerciaux pendant la période républicaine* (《民国商业美术史 *mingguo shangye meishu shi*》), Shanghai, Shanghai Renmin Meishu Press 上海人民美术出版社, 2008, p.48. Traduit du chinois par Dandan LU.



L'affiche-
calendrier
publicitaire,
signée par
Meisheng JIN,
années 1920.

Affiche-
calendrier
publicitaire des
années 1920
pour la firme
de cigarettes
Huadong,
signée par
Zhiying HANG.

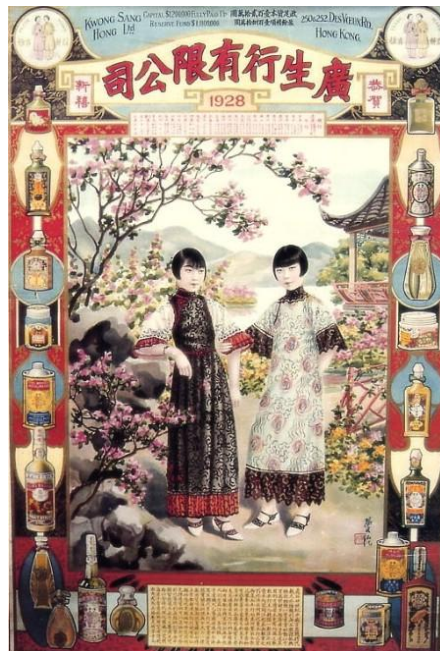


robes traditionnelles à motifs contemporains (grosses fleurs ou larges rayures obliques).

En témoignent ces deux exemples : l'un est signé Meisheng Jin (1902-1989), où une dame porte une robe drapée présentant un motif constitué de grosses fleurs colorées et arbore une coiffure avec des franges frisées. L'autre est signé Zhiying Hang, qui est une affiche publicitaire des années 1920 pour la firme de cigarettes *Huadong*, où une belle femme est représentée dans une chambre décorée de mobiliers occidentaux, vêtue d'une robe bleue plissée occidentale, elle tient toutefois une jupe à motifs traditionnels sur son bras gauche. Sa main gauche, avec une bague à cabochon sphérique, tire un collier de perle qui encercle son bras droit paré d'un bracelet d'or. Sa main droite prend un éventail traditionnel qui cache à moitié son visage souriant et timide. Sa coiffure ondulée par une permanente, séparée par une raie placée au milieu, est agrémentée d'une barrette ornée. L'annotation et la signature sont tracées au pinceau chinois en calligraphie traditionnelle et on peut aussi voir l'apposition du sceau de l'artiste.

Le 26 octobre 2002, pour l'exposition *L'Affiche chinoise 1921-2001*, au Musée de la Publicité, à Paris, le conférencier Tching Kanehisa a observé qu'il y avait eu trois nouvelles tendances vestimentaires qui étaient apparues dans les affiches-calendriers publicitaires :

« La première tendance : les chemises et les vestes courtes des années précédentes sont désormais ceintes à la taille et le bas de leurs pans est en forme de demi-lune (qui était rectiligne dans la mode précédente) ; les manches évasées en trompette s'arrêtent à mi-bras. Elles se portaient avec une jupe, une jupe-pantalon ou un pantalon large comme avant. La deuxième tendance était le port de la tunique-robe chinoise, large



Exemple pour la première (gauche) et deuxième (droit) tendance, affiche-calendrier publicitaire des années 1920 pour la firme *Guangshenghang* (Hong Kong), signée par Mantuo ZHENG.



L'exemplaire pour la troisième tendance, l'affiche publicitaire « *Mademoiselle Heureuse* » dans les années 1920, avec un tissu chromatique de marque *Yingdan shilin*, dont l'auteur est Zhiying HANG. La tunique-robe chinoise faite du tissu bleu de cette marque habillait souvent les lycéennes ou les étudiantes apparaissant dans les romans des années 1920-1930 et décrites comme des jeunes filles pures, fraîches et cultivées.

confortable et élégante, tombant au mollet, avec des manches évasées en forme de trompette s'arrêtant à mi-bras. Enfin la troisième tendance est lancée en 1925 et s'inspire de la mode occidentale : la tunique-robe chinoise très près du corps, est moulante jusqu'aux cuisses, le pans de la tunique tombant ensuite jusqu'aux mollets ou aux chevilles, pour mettre en valeur le charme du corps féminin. Cette mode, très prisée par les stars du cinéma et les femmes de la haute société chinoise, s'est très vite répandue, et jusque dans les années 1930, les affiches regorgeaient de jolies femmes habillées de cette manière, son succès a été tel que ce vêtement est devenu l'habit national pour les femmes chinoises jusqu'à nos jours. »⁸⁴

Pour avoir un bon aperçu des observations de Tching Kanehisa, sont proposées ci-contre trois reproductions: la première tendance est représentée par l'affiche-calendrier publicitaire des années 1920 pour la firme *Guangshenghang* (de Hongkong), signée Mantuo Zheng, où deux femmes portent des vêtements comme dans les descriptions. Le deuxième exemple a été réalisé pour la même firme et est peint par le même auteur, mais les vêtements des deux femmes sont différents de la première, notamment la femme à gauche, portant « la tunique-robe chinoise, large, confortable et élégante, tombant au mollet, avec des manches évasées en forme de trompette s'arrêtant à mi-bras ». Le troisième exemple était très connu en Chine, pour la qualité de son tissu qui ne craignait ni la chaleur ni l'eau, cette tendance de la tunique-robe chinoise est très près du corps.

⁸⁴ « L'affiche publicitaire chinoise au début du XX^e siècle », Revue : *Etapes*, n°. 94, mars 2003, p. 40.

Affiche publicitaire
des années 1930
pour les cigarettes
Tian'e, dont
l'auteur est Zhiying
HANG.



L'affiche-calendrier publicitaire pour les cigarettes de marque
Sanbei, signée par Zhiying HANG, années 1920.



- LA FONCTION COMMERCIALE DE L’AFFICHE-CALENDRIER

Dans la majorité des affiches-calendriers publicitaires, les femmes étaient présentées comme des « pin-up », elles avaient évidemment les hommes pour cible, surtout les femmes dénudées. Celles-ci étaient, soit vraiment déshabillées, soit voilées ou juste légèrement dévêtues. L’apparition des femmes dénudées dans les affiches-calendriers, était bien sûr en majorité commandée par les ambitions commerciales des firmes. D’autre part, les dessinateurs voulaient rendre ces femmes candides, ingénues, pour que leurs expressions soient dépourvues de frivolité ou de provocation. La technique de l’«estomper et peindre à l’aquarelle» rendait la chair de la femme plus charnue, tendre et sensuelle. En même temps, ces images de femme dénudée reflètent également les difficultés rencontrées lors de l’apprentissage de la technique artistique occidentale pour les artistes chinois. Les cours de dessin avec modèle nu étaient interdits en Chine jusque dans les années 1920 où Haisu Liu, le jeune directeur de l’école des beaux-arts de Shanghai, décida d’introduire des modèles nus dans les cours de dessin de son école. Les graphistes ont donc pu faire l’apprentissage de la technique occidentale dans le cours d’anatomie du corps humain.

Une identité dualiste des images de la femme dans l’affiche-calendrier se dégage. D’une part, les femmes jeunes, fraîches, cultivées et, d’autre part, les « pin-up » de l’époque, toutes deux reflètent deux incontournables rapports aux comportements sociaux pour les chinoises de cette époque.

Leo Oufan Lee considère que ces belles femmes des affiches-calendriers étaient également devenues des articles de

consommation à l'instar des produits vendus ⁸⁵. Les affiches-calendriers étaient alors purement commerciales. Elles étaient censées exprimer un bonheur virtuel pour attirer les consommateurs, en utilisant des thèmes conformistes.

- LA DISPARITION DE L’AFFICHE-CALENDRIER EN CHINE POPULAIRE

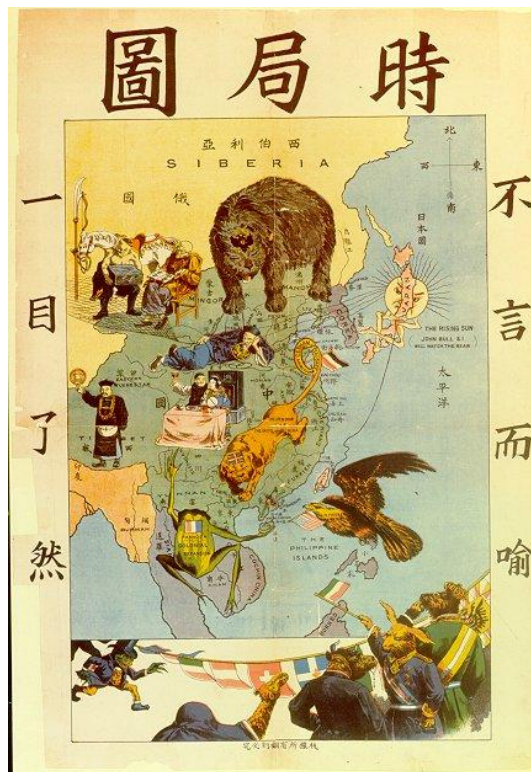
L’offensive des troupes japonaises, en juillet 1937, suspendit toute créativité en matière d’affiches commerciales. En même temps, les affiches publicitaires ont été rejetées par les intellectuels, qui les considéraient mièvres et racoleuses, propres à séduire les masses populaires, dépourvues de toute valeur spirituelle ou artistique. Xun Lu, grand écrivain chinois moderne, dénonça le caractère morbide de la mentalité qui habitait ces représentations de femmes dans les affiches-calendriers publicitaires. Il déclara : « Les affiches-calendriers sont non seulement peintes avec de faibles techniques de dessin, mais leurs contenus sont tout aussi laids ». Par la suite, à l’époque de Mao, toutes ces affiches commerciales ont été jugées « décadentes et bourgeoises ». A cause de la guerre, du mépris des intellectuels et des idées contre-révolutionnaires, une grande partie de ces affiches-calendriers publicitaires ont disparu. Pourtant, les affiches de propagandes maoïstes s’en sont largement inspirées et ont repris leurs techniques et leurs styles artistiques.

⁸⁵ Leo Oufan LEE 李欧梵著, *Shanghai Modern: The Flowering of a new Urban Culture in China 1930-1945* 《上海摩登-一种新都市文化在中国 1930-1945》, traduit de l’américain au chinois par Jian MAO 毛尖译, Beijing, Peking University Press 北京大学出版社, 2001, p.94. Traduit du chinois par Dandan LU.

A la fin de la conférence de Tching Kanehisa, au Musée de la Publicité, à Paris, le conférencier conclut : « ces affiches des années 1910-1930 ont non seulement apporté du sang neuf dans le domaine de l'art commercial, qui était longtemps resté figé et sans éclat, et où toute innovation personnelle avait été interdite, mais elles ont aussi fourni des témoignages extrêmement précieux sur l'évolution rapide des mœurs et de la société au cours de ces trente courtes années, notamment sur l'évolution du statut de la femme, qui est passé d'une condition moyenâgeuse à l'« âge moderne », un phénomène absolument sans précédent en Chine, même si les femmes étaient encore loin de gagner leur combat. »⁸⁶

⁸⁶ « L'affiche publicitaire chinoise au début du XX^e siècle », Revue : *Etapas*, n° 94, mars 2003, p. 40.

2. Constitution du modèle moderne culturel graphique (1920-1940)



James SEE 谢赞泰 (1872-1939), *Shijutu*, affiche publiée en 1904 en Chine. Au début du XX^e siècle, les richesses de la Chine attirent fortement les puissances coloniales désireuses de se les partager.

Caricature française célèbre des années 1890. Le gâteau, représentant la « Chine », est divisé entre le Royaume-Uni, l'Allemagne, la Russie et le Japon ; la France étant l'arbitre.



L'utopie moderniste de l'idéologie républicaine, s'efforçant de concilier les aspirations nationalistes, présentait l'art occidentalisé comme thème de substitution de « l'ancienne société » décadente. L'occidentalisation de l'art chinois était considérée comme garante du progrès économique, scientifique et moral de la « nouvelle société ». Au début de la période républicaine, l'intelligentsia moderniste chinoise prêta à l'art un rôle moteur pour une société harmonieuse fondée sur le spirituel et le matériel. Représenté principalement par Yuanpei Cai, recteur de l'Université de Pékin et ministre de l'éducation, celui-ci promut largement sa doctrine proposant de « remplacer la religion par l'enseignement du sens artistique » (以美育代宗教 yi meiyu dai zongjiao).

Le mouvement moderniste du 4 mai 1919 provoqua une importante prise de conscience en faveur de la modernisation de la Chine. Il favorisa l'essor des « études occidentales », notamment les secteurs liés à la modernité et aux nouvelles sciences. Sous la dénomination du Mouvement de la Nouvelle Culture (新文化运动 xin wenhua yundong), il réclama que la langue chinoise moderne (白话文 baihua wen) remplace le chinois littéraire traditionnel (文言文 wenyan wen) comme langue officielle et langue de l'enseignement. De plus en plus d'intellectuels adoptèrent des positions de gauche, ils s'opposèrent au poids des traditions, au pouvoir de l'impérialisme et à l'oppression envers les femmes, résistèrent également à la domination étrangère, y compris certainement à l'expansion coloniale.



Xun LU,
couverture de
l'ouvrage
littéraire *Cris*
« 呐喊 *Na Han* »,
184X130mm ,
1926.

a) Nouvelle identité graphique hybride (Hybridation formelle et fonction sociale : l'esthétique européenne issue de l'Art Déco, de l'Art Nouveau et de l'esthétique lettrée chinoise)

Le développement des arts graphiques culturels de cette époque était toujours rattaché à cette idéologie de l'élite républicaine et aux productions culturelles des intellectuels modernistes. Une grande quantité de couvertures de magazines et de livres présentaient une esthétique formelle issue du style européen Art Déco ou Art Nouveau et /ou dans l'influence des courants d'avant-garde européens. Cela témoignait de la construction d'une nouvelle identité visuelle hybride : la renaissance spirituelle chinoise s'appuyait sur le matérialisme Occidental. Se différenciant du « mauvais goût » commercial des affiches-calendriers publicitaires, ce type d'arts graphiques culturels d'allure occidentalisée était considérée par des intellectuels et des « gens de bon goût » comme une tache dans la culture de l'élite depuis sa naissance.

Les couvertures de livres, à cette époque, furent souvent designées par les écrivains eux-mêmes ou les peintres. Par exemple, Xun Lu, grand intellectuel moderne chinois, conçut la plupart du temps les couvertures de ses ouvrages littéraires et de ceux d'autres écrivains. La couverture de son ouvrage *Cris* « 呐喊 *na han* » est son œuvre graphique la plus représentative : le fond en rouge sombre entoure un rectangle noir situé en haut du format, le titre du livre et le nom de l'auteur sont xylographiés en creux avec trois clés de

Xun LU,
couverture de
l'ouvrage
littéraire *Cris*
« 呐喊 *Na Han* »,
184X130mm ,
1926.



Yuanqing TAO, couverture
du livre japonais *le
Symbole de la souffrance*
(« 苦闷的象征 *kumen de
xiangzheng*»), écrit par
Kuriyagawa Hakusan,
traduit du japonais par
Xun LU, 200X138 mm,
1924.

Yuanqing TAO, couverture
du livre *Le pays natal* (« 故
乡 *guxiang*») écrit par
Qinwen XU, 184X130mm,
1926.



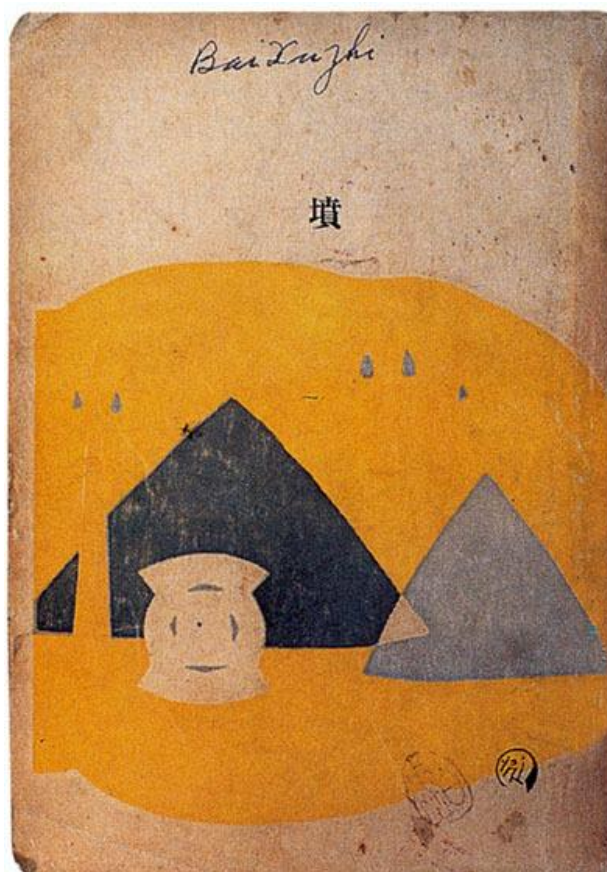
bouche (口 kou)⁸⁷ exprimant précisément le sens « cris ». Cette composition semblait évoquer du sang inondant les lieux entourant une petite fenêtre. On ne peut s'empêcher de penser à l'effroyable maison noire décrite dans le livre.

Xun Lu demandait également à des artistes de concevoir les couvertures de certains de ses ouvrages. En tant que concitoyen, Yuanqing Tao était l'illustrateur le plus respecté par Xun Lu. A ses débuts, Yuanqing Tao excellait en peinture traditionnelle chinoise, il avait étudié le graphisme (« 图案(tu'an) »)⁸⁸ japonais et égyptien, la peinture à l'huile et l'aquarelle occidentale avec Baoyi Chen. En 1924, Xun Lu l'invita à faire une couverture pour un livre intitulé *Le Symbole de la souffrance* (« 苦闷的象征 *kumen de xiangzheng* », traduit du japonais par Xun Lu). Celle-ci devint la première œuvre graphique de Yuanqing Tao. Yuanqing Tao reçut l'appellation populaire « Tao Hongpao (陶红袍) » grâce à la couverture du livre *Le pays natal* (« 故乡 *guxiang* »). Un personnage de théâtre vêtu d'une grande robe rouge, tenait en main une épée, ce qui rappelait le théâtre populaire de Shaoxin, le pays natal de l'auteur, et le théâtre pékinoise. Cette couverture, créée par Yuanqing Tao en 1926, fut l'objet de nombreux éloges. L'auteur du livre, Qinwen Xu se souvient :

⁸⁷ Un idéogramme chinois est souvent composé de plusieurs unités. Chaque unité est également appelée « clé ». Pour le premier idéogramme de Cris par exemple, « 呐 na » est composé de la clé « 口 kou, la bouche » pour ce qui concerne le sens, et de l'unité « 内 nei », pour ce qui concerne la prononciation.

⁸⁸ Le terme « design » à l'origine se traduit en 图案(tu'an) dans la langue japonaise au début du XX^e siècle. Mais, il y a toujours confusion avec la décoration, l'ornement et/ou les dessins graphiques en Chine moderne.

Yuanqing TAO,
couverture du livre
Le pays natal (« 故
鄉 *guxiang* ») écrit
par Qinwen XU,
184X130mm,
1926.



Yuanqing TAO,
couverture du
livre *La Tombe*
(« 坟 *Fen* ») écrit
par Xun LU,
184X130mm,
1927.

« Quand nous (Qinwen Xu et Yuanqing Tao) vivions à l'Hall Shaoxing de Pékin, un jour, nous visitâmes un petit théâtre à côté de Tianqiao. Certains souvenirs d'enfance conduirent Yuanqing à finir ce dessin, il peignit de la nuit jusqu'à la soirée du lendemain. Le personnage de théâtre n'était pas seulement représenté par la coiffure des mandarins et par sa grande robe rouge, mais aussi par la beauté du fantôme pendu – les personnages tels les fantômes pendus⁸⁹, avec les sourcils froncés et la langue tirée apparaissaient souvent dans les scènes de théâtre Shaoxing, et nous les trouvâmes beaux. »⁹⁰

Xun Lu déclare que Yuanqing Tao « utilisait une nouvelle forme et une nouvelle couleur » saisissant la mesure de l'expression picturale universelle moderne⁹¹. Cette expression d'un art universel et humaniste se fondait principalement sur le critère de l'esthétique lettrée : le « rythme spirituel », considéré comme critère central dans la création tend à réinsuffler l'idéal humaniste et universel d'« honnête homme » pour les théoriciens en esthétique et les intellectuels modernistes chinois. Comme l'obverse Eric Janicot, à

⁸⁹ Dans les contes et mythologies chinoises, les fantômes ont de nombreuses significations. Dans cet exemple, le fantôme mort par pendaison représente souvent les femmes ou les hommes (moins) qui s'opposent ou détruisent l'ordre de la morale traditionnelle confucéenne. Les sourcils froncés et la langue tirée indiquent qu'ils ne voulaient pas mourir. La description de ces terribles circonstances de mort est en même temps utilisée par la classe dirigeante dans le but d'effrayer le peuple.

⁹⁰ Dengshan CAI, « Yuanqing TAO un peintre de couverture pour livre de Xun LU », *Nanfang Dushi Daily journal*, 23 décembre 2011. Traduit du chinois par Dandan LU. Disponible sur :

<http://gcontent.oeeee.com/1/20/12092a75caa75e46/Blog/aca/3fd2b4.html>

⁹¹ Référence au texte chinois « Au moment de l'Exposition de peinture de Monsieur Yuanqing TAO 当陶元庆君的绘画展览时 dang Tao Yuanqing jun de huihua zhanlan shi », écrit par Xun LU, publié dans le magazine *Shishi Xinbao* 时事新报, revue supplémentaire *Qing Guang* 青光, 19 décembre 1927, Shanghai.

cette époque, « la découverte du « rythme spirituel » par l'artiste reste le fondement de l'esthétique chinoise. La valeur intrinsèque d'une œuvre artistique réside dans sa présence ou son absence⁹² ». La peinture est le fruit de l'expression de l'esprit dans ses dimensions intellectuelles, spirituelles et morales. Pour Xun Lu, les œuvres de Yuanqing Tao représentent l'esprit de la « nationalité » chinoise, car elles ne sont pas des reproductions mécaniques de l'art traditionnel décadent, leurs formes artistiques occidentalisées sont interprétées dans le sens de l'esthétique traditionnelle⁹³. Elles expriment le sentiment esthétique qui réside dans le caractère spirituel que le créateur prête à l'objet de son plaisir esthétique. Elles sont donc les œuvres d'un esprit, d'une personnalité en communion avec la Nature et le Ciel.

⁹² Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p.52.

⁹³ Référence au texte chinois « Au moment de l'Exposition de peinture de Monsieur Yuanqing TAO 当陶元庆君的绘画展览时 dang Tao Yuanqing jun de huihua zhanlan shi », op., cit.

b) La supériorité affirmée de l'esthétique lettrée : le

« Rythme Spirituel »

L'exégèse moderniste sur ce critère du « rythme spirituel » est représenté par trois groupes artistiques – artistes, théoriciens esthétiques - aux cursus hétérogènes : les vulgarisateurs formés au Japon – comme Zikai Feng, Baoyi Chen, Xun Lu etc., les intellectuels issus de l'université occidentale – comme Baihua Zong, Yiduo Wen etc. et les artistes qui ont participé à élaborer la tradition esthétique chinoise – comme Shaosong Yu.

Dans *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'occident*, Eric Janicot analyse minutieusement les phénomènes de l'acculturation de l'art chinois selon trois types de textes regroupés en anthologies : les discours de légitimation des politiques qui posent les fondements éthiques et sociaux d'un art moderne chinois européeniste ; les discours de justification des théoriciens, appartenant à l'esthétique et l'histoire comparées des arts ; les discours d'accompagnement des artistes, relevant de la théorie mise au service de catégories plastiques : naturalisme et formalisme⁹⁴. Il introduit l'idée que les intellectuels modernistes reinterprètent leur tradition en sinisant les leçons européennes dans une optique nationaliste voire hégémonique.

En comparant les discours de trois artistes et /ou théoriciens esthétiques modernistes chinois - Zikai Feng, Baihua Zong et Shaosong Yu – autour du thème du « rythme spirituel », Eric Janicot

⁹⁴ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, 308 pages.

en déduit que ces artistes et/ou esthéticiens modernistes chinois partagent les mêmes conclusions, même si leur conduite intellectuelle et matérielle d'analyse est différente. Voici ce qu'il écrit :

« Feng Zikai appuie ses analyses sur l'art moderne européen – de l'impressionnisme au fauvisme – et procède par analogies et intuitions avec toute la redondance du discours traditionnel. Zong Baihua, quant à lui, s'intéresse à la tradition artistique européenne – de l'antiquité à l'art baroque – et pense selon un schéma dialectique. La rhétorique chinoise est mise au service de l'eupéanisation, l'occidentale à celui de la sinisation. Ces auteurs incarnent par leurs écrits les deux versants du discours moderniste : occidentalisme et nationalisme. Feng Zikai prône ainsi le développement de l'occidentalisation de la peinture chinoise au nom d'un art contemporain européen présenté comme la résultante d'une sinisation ou « orientalisation », tandis que Zong Baihua affirme l'incompatibilité des philosophies chinoises et occidentales de l'Homme, inscrites dans les formes, et réinterprète la tradition picturale chinoise en laissant néanmoins la porte entrouverte à l'art d'Occident. Cette figure de Janus partage cependant l'analyse moderniste de la décadence culturelle chinoise et sa nécessaire réforme, l'approche formaliste de l'étude des arts comparés et la croyance en la supériorité de l'esthétique et de l'art chinois. »⁹⁵

« Si la conduite intellectuelle et matérielle des analyses entre les deux auteurs diffère, leurs conclusions sont similaires. L'expression inférieure de l'Ouest est élevée à la dignité artistique et la tradition picturale de l'Est, frappée de décadence, doit être réinterprétée. Feng Zikai légitime cette

⁹⁵ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'occident*, op. cit., p.35-36.

réinterprétation chinoise sur la présumée « orientalisation » ou acculturation occidentale. Zong Baihua la fonde sur la manifestation d'une esthétique mondiale. Le premier ne remet aucunement en cause l'universalité de la culture chinoise, son impérialisme, tandis que le second présuppose une diversification universelle de la culture. Ces discours, fondés sur la réaffirmation de la prééminence artistique chinoise, reposent en fait sur un critère décisif de l'esthétique lettrée : le « rythme spirituel ». »⁹⁶

« La notion de « rythme spirituel », critère prépondérant de l'esthétique lettrée, est reprise par les théoriciens des arts chinois et occidentaux. L'analyse de cette notion permet, d'une part d'affirmer bien haut l'identité chinoise, sa supériorité, d'autre part de fonder la modernité picturale sur les expressions plastiques de l'Ouest ou de l'Est. Feng Zikai développe son hypothèse d'une « orientalisation » de l'art européen en l'appliquant à son esthétique tandis que Yu Shaosong, spécialiste et critique académiste de l'esthétique lettrée, confère à cette notion une valeur essentielle afin de promouvoir – tout comme Zong Baihua – une réinterprétation de la tradition. L'exégèse moderniste de ce critère conduit des auteurs aux cursus hétérogènes – le vulgarisateur Feng Zikai formé au Japon, l'esthéticien Zong Baihua issu de l'université allemande et Yu Shaosong produit de la tradition esthétique chinoise – à partager une même conclusion. L'expression picturale de l'Ouest peut être douée du « rythme spirituel » et acquérir ainsi la dignité artistique. Cette concession considérable permet d'accélérer le phénomène d'acculturation de l'art chinois et de justifier les emprunts à une aire culturelle qui perd son caractère étranger. Résidant hors des formes et

⁹⁶ *Idem*, p.44 – 45.

techniques, le « rythme spirituel » devient un critère d'excellence applicable aussi bien aux œuvres réalisées à l'encre qu'à l'huile. Cette révolution de la pensée esthétique est à la mesure de l'influence culturelle venue de l'Ouest. »⁹⁷

« Critère souverain de l'esthétique lettrée, le « rythme spirituel » doit rester la source vitale du nouvel art afin d'assurer la sauvegarde de l'identité chinoise au sein de la nouvelle société. La tradition est présentée comme source de modernité. Face à sa décadence, soulignée par le succès de l'art européen, la peinture chinoise est vouée à une profonde mutation.

Cette conception fait l'objet d'un consensus parmi les théoriciens modernistes. Seule diffère la sphère artistique d'application. Yu Shaosong et Zong Baihua prônent un renouveau de la peinture à l'encre qui reste susceptible d'accueillir, avec parcimonie, des emprunts à l'art de l'Occident. Feng Zikai, quant à lui, laisse aux peintres chinois un champ plus large d'action en affirmant que l'expression occidentale contemporaine, au même titre que son esthétique, est un avatar de la tradition extrême-orientale. Ces deux propositions complémentaires – pour les modernistes de l'esthétique mondiale se situent entre l'Est et l'Ouest – et sont illustrées dans les modes d'acquisition du « rythme spirituel ». »⁹⁸

Au début du XX^e siècle, un grand nombre de jeunes intellectuels chinois ont séjourné au Japon. Le Japon était devenu un lieu important pour apprendre l'art moderne européen pour les artistes chinois. La culture japonaise a subi un apport considérable de la

⁹⁷ *Idem*, p.45.

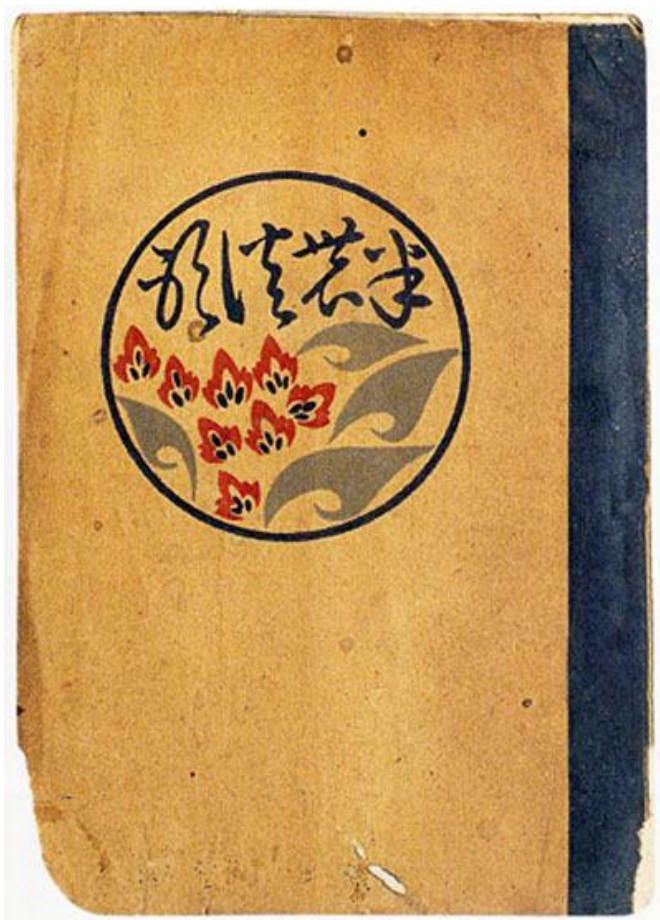
⁹⁸ *Idem*, p.50.

culture chinoise jusqu'à l'ère de *Meiji*⁹⁹. La gravure japonaise, de la fin du XVII^e siècle et de la première moitié du XIX^e siècle, était considérée comme un des multiples avatars de l'art chinois. L'estampe japonaise était un truchement qui reliait l'art moderne européen à la tradition picturale chinoise. Les intellectuels revenus du Japon présentaient l'impressionnisme japonisant comme fondateur de l'art moderne européen, prolongement naturel de l'expression picturale chinoise.

Juntao Qian, élève de Zikai Feng, était connu en tant qu'illustrateur de couvertures de livres à l'époque. Il avait commencé son travail éditorial comme éditeur de Musique et des Beaux-Arts dans la librairie *Kaiming Shudian* en 1927. Un an plus tard, l'abondance de commentaires sur son travail entraînait la parution d'un article, intitulé *Le prix de la couverture de Juntao QIAN* (钱君匋装帧润例 *Qian Junyao zhuangzhen runli*)¹⁰⁰ écrit par Zikai Feng, publié dans le magazine « New Woman 新女性 » et « Yiban 一般 » en 1928. En même temps, il bénéficia de l'appellation populaire « Couverture QIAN 钱封面 » grâce à ses centaines de travaux pour dessiner la couverture du livre.

⁹⁹ L'ère *Meiji* (明治時代) est la période de l'histoire du Japon située entre 1868 et 1912. Cette période symbolise la fin de la politique d'isolement volontaire et le début de la modernisation du Japon.

¹⁰⁰ A cette époque, les graphistes dans l'édition travaillaient souvent gratuitement et en tant que graphiste amateur. Juntao Qian, quant à lui, demanda à être payé, c'est-à-dire à être reconnu comme graphiste professionnel, fonction qui n'existait pas encore à l'époque.



Juntao QIAN,
la couverture
de livre
*L'image claire
de Bannong*
(«*半农淡影
bannong
danying*»),
184X130mm,
Shanghai,
1927.

c) Influence des mouvements artistiques de l'Avant-garde occidentale

Les couvertures designées par Juntao Qian ont été beaucoup influencées par les théories artistiques de Zikai Feng. Au début, elles étaient beaucoup plus influencées par les couvertures de Yuanqing Tao, mais par rapport à la courte vie de Tao, sa longue carrière de créateur laissait plus de quatre mille œuvres graphiques produites pour des couvertures. Entre les années 1920 et 1930, les couvertures créées par Juntao Qian s'inspiraient principalement de deux formes artistiques : le dessin graphique japonais et l'illustration des styles de l'art moderne occidental.

La couverture du livre *L'image claire de Bannong*¹⁰¹ (《半农淡影 *bannong danying* 》) créée par Juntao Qian en 1927 était influencée par l'estampe graphique japonaise considérée comme un des multiples avatars de l'art chinois. L'illustration était faite de quelques pétales rouges et étamines bleues qui apparaissaient parmi quatre feuilles grises. Encerclées, elles étaient visuellement claires et simples. Le titre du livre était écrit en calligraphie traditionnelle, en style cursif de couleur bleu foncé. Selon l'analyse de Zikai Feng, « le Beau est un sentiment éprouvé envers la nature ou l'un de ses objets – neutre en soi - et révélé par l'artiste dans son œuvre. Intérieur, le sentiment esthétique est ensuite extériorisé et réifié. Le préalable au processus de création réside dans l'état de réceptivité ou

¹⁰¹ Bannong LIU, *L'image claire de Bannong* (《半农淡影 *bannong danying* 》), éd. Kaiming Shudian 开明书店出版社, Shanghai, 1927.

Juntao QIAN, la
couverture de livre
*Littérature et la
Guerre Européenne*
(《欧洲大战与文学
ouzhou dazhan yu
wenxue》),
184X130mm,
Shanghai, 1928.



« empathie ». »¹⁰² Cette communion avec la nature est appliquée pour l'élaboration de cette couverture du livre.

Pour la couverture du livre *Littérature et la Guerre Euporéenne* (《欧洲大战与文学 ouzhou dazhan yu wenxue》)¹⁰³, Juntao Qian a associé des caractères d'imprimerie et des illustrations géométriques de journaux européens découpés. Cette technique de composition et d'association de langages hétéroclites fut souvent employée par les dadaïstes allemands et les graphistes du futurisme italien. En fait, depuis les années 1920, les courants artistiques d'avant-garde européens, y compris le Futurisme italien, le Dadaïsme et le Constructivisme russe, ont été largement introduits en Chine et ont influencé l'intelligentsia chinoise. En 1930, dans la préface du livre *Anthologie de la Nouvelle Peinture Russe*, Xun Lu déclare :

« Grâce à la révolutionnarisation dans le cadre de l'abolition du régime ancien, la période de la Révolution d'Octobre est un âge d'or du gauchisme (le Cubisme et le Futurisme). [...]

Le gauchisme provient des divergences concernant la question de la relation entre l'art et la construction sociale. Sous le nom de « Civilisation mécanique », l'Industrialisme (产业派 chanye pai) nie les « Beaux-Arts purs » (纯粹美术 chuncui meishu), son but dans la création artistique se lisant principalement dans l'utilité technologique. Après des débats

¹⁰² Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise l'épreuve de l'occident*, op. cit., p.46.

¹⁰³ Yanbing SHEN, *la Guerre Euporéenne et la Littérature* (《欧洲大战与文学 ouzhou dazhan yu wenxue》), Shanghai, éd. Kaiming Shudian 开明书店出版社, 1928.

Zhifo CHEN, Couverture pour la première édition du magazine *Littérature* (《文学 wenxue》), Shanghai, 1933.



et des luttes, ses contradicteurs abandonnèrent. Finalement, ils interprétèrent le « Constructivisme » présenté par Tatlin¹⁰⁴ et Rodtchenko¹⁰⁵. Le Constructivisme prônait non-pas l'importance de la composition, mais de la construction ; non pas de la description, mais de l'organisation ; non pas de la création, mais de la construction. [...] Souvent, le constructiviste ne décrit pas les formes des objets, il dessine à partir de celles-ci un graphisme (图案 tu'an) géométrique. Le Constructivisme est donc un peu plus progressiste que le Cubisme. »¹⁰⁶

Le respect des intellectuels chinois vis-à-vis du Constructivisme russe fut relaté dans des articles, mais surtout par des couvertures de livres. La couverture de la première édition du magazine *Littérature* « 文学 *wenxue* », créée par Zhifo Chen, en est la démonstration. Le graphiste a superposé les détourages d'un train en mouvement, d'un cheval qui court, d'un volant de navire et d'usines avec leurs cheminées sur un fond jaune, et a choisi la police Song (宋体 *songti*)¹⁰⁷ pour la typographie. Cette couverture était évidemment

¹⁰⁴ Vladimir Ievgrafovitch Tatline (1885-1953) est un peintre et sculpteur russe constructiviste.

¹⁰⁵ Alexandre Mikhaïlovitch Rodtchenko (1891-1956) est un artiste russe à la fois peintre, sculpteur, photographe et designer. Il est l'un des fondateurs du constructivisme russe et a beaucoup influencé le design russe et la photographie par ses travaux.

¹⁰⁶ Xun LU, « L'Avant-propos de l'Anthologie de la Nouvelle Peinture Russe », in *Anthologie de la Nouvelle Peinture Russe*, Shanghaï éditions Shanghai Guanghai Shuju, mai 1930. Traduit du chinois par Dandan LU.

¹⁰⁷ La Police Song (宋体 *songti*) est la police de caractère la plus ancienne de Chine, elle est à l'origine gravée sur les caractères mobiles de la Dynastie Song au cours du XI^e et du XII^e siècle. Les Chinois sont les premiers à utiliser les caractères mobiles, datant du XII^e siècle. Cette technique leur permit de conserver fidèlement leurs traditions culturelles. Leur inventeur chinois Bi Sheng employa dès 1040 des caractères mobiles en terre cuite, cela environ quatre siècles avant Gutenberg. Les caractères mobiles gravés dans la porcelaine, céramique d'argile visqueuse, durcis dans le feu puis assemblés dans de la résine, révolutionnent l'imprimerie.

influencée par l'esthétique mécanique du Constructivisme russe, et représentait l'élan révolutionnaire de l'histoire de la société humaine qui progressait inexorablement dans son ère industrielle.

D'après les intellectuels de gauche, les affiches-calendriers publicitaires représentaient également la déréliction morale et l'arriération des mentalités à cause du « mauvais goût » et des valeurs qu'elles véhiculaient, qui étaient des contenus contre-révolutionnaires. Elles étaient donc le prolongement de la décadence de l'« ancienne société ». En fait, même si nous excluons les critiques venant de la gauche, l'innovation technique et l'apprentissage des techniques occidentales ne pouvaient pas être les seuls signes susceptibles de témoigner que la forme de l'affiche-calendrier était en rupture avec l'art traditionnel chinois.

Cependant, l'esthétique républicaine, représentée par l'orientation spiritualiste, ne représentait pas non plus une rupture. Comme la découverte du « rythme spirituel », les intellectuels modernistes suivaient toujours une conception en lien avec l'esthétique traditionnelle chinoise, selon laquelle la psychologie créatrice en dit plus sur les qualités intrinsèques de l'œuvre que les éléments objectifs de celle-ci.

Ces deux catégories d'arts graphiques – affiches-calendriers et couvertures de livre - constituent une des innombrables mutations de la tradition au moment de la période moderniste chinoise. Eric Janicot fait l'hypothèse que l'art moderne chinois ne peut être appréhendé en dehors des catégories et notions esthétiques autochtones, après une analyse dialectique :

« Les républicains font usage de la rhétorique traditionnelle caractérisée par le développement cyclique et redondant du discours. La structure du discours moderniste se présente comme un agrégat de références héritées de la tradition autochtone ou empruntées à celles d'Occident. Références hétéroclites assemblées, au gré de l'inspiration et de l'ampliation, dans un indéniable souci didactique à caractère social. Cette classification aléatoire rééquilibre le constat de décadence par l'accueil d'éléments culturels européens dont on revendique l'antériorité et la supériorité au sein d'une réinterprétation de la tradition. Déchirés entre le dénigrement de la tradition et sa réévaluation au contact de l'Europe, les intellectuels modernistes n'échappent pas à la matrice culturelle chinoise. »¹⁰⁸

Finalement, il conclut : « opposés au fondamentalisme, les modernistes sont des traditionalistes. Une tradition historique, garante d'identité culturelle dont l'urgence de la redéfinition fut rendue nécessaire par les insuffisances d'une culture qui ne peut plus prétendre incarner, à elle seule, la civilisation »¹⁰⁹. Cette conclusion de Eric Janicot correspond également à la considération de Qingsheng Zhu, Professeur en art de l'Université de Pékin : « Au début du XX^e siècle, l'intellectuel Yuanpei Cai et l'artiste Beihong Xu, parmi d'autres, ont largement accepté les concepts artistiques occidentaux et les ont utilisés en lieu et place des concepts traditionnels chinois¹¹⁰ ».

¹⁰⁸ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p.19.

¹⁰⁹ *Idem*, p.20.

¹¹⁰ Qingsheng ZHU, « L'Histoire de l'art en Chine », *Diogenes*, N°. 231, mars 2010, p.122.

***B. Constitution du modèle
graphique maoïste***

1. Les esthétiques du pragmatisme

En juillet 1937, l'offensive des troupes japonaises accélèra le retournement des catégories esthétiques – naturalisme et formalisme. Le formalisme était en majorité supplanté par le naturalisme. La recherche d'une forme artistique capable de toucher un large public conduisit les artistes et les théoriciens à opérer une inversion des critères esthétiques, la « ressemblance formelle » supplantait le « rythme spirituel » comme critère souverain. La réévaluation de la « ressemblance formelle » participa à la définition de l'idéal matérialiste et internationaliste du « nouvel homme ». L'art en Chine se cristallisa alors dans une définition sociale par ses interactions entre l'art et la politique.

La pression des événements historiques, l'influence des idées marxistes, et l'inversion des critères esthétiques amenèrent un retournement des valeurs plastiques et à la formation d'un nouveau style de graphisme : les arts graphiques eurent un rôle d'instrument de propagande avec des travaux de glorification du prolétariat et de dénonciation de l'ennemi intérieur et extérieur, au service de la révolution maoïste. Ils furent représentés, en majorité, par les affiches de propagande politique entre les années 1950 et 1970.

a) La critique de la « ressemblance formelle » de l'activisme

Au cours de la période républicaine, les théoriciens naturalistes, comme Yishi Li, Beihong Xu ont constaté que les images schématisées devenaient de plus en plus abstraites. Les artistes s'étaient ouverts aux derniers modèles occidentaux, y compris ceux de l'Avant-garde, et eurent une attitude irresponsable vouée à l'échec car ils recherchaient la nouveauté à tout prix sans se soucier de la réception du public. Un art social doit être mis au service du peuple. Par exemple, Yishi Li considérait le critère esthétique « ressemblance formelle » comme « l'instrument d'une large diffusion de l'art moderne qui devait être mis au service du peuple. La nécessité de ce recours était posée selon les points de vue du connaisseur et de l'ignorant. Pour l'ignorant, le critère naturaliste était prépondérant afin de reconnaître et discerner la qualité d'une œuvre » ¹¹¹. Et même que « la « ressemblance formelle » devait rester manifeste afin que l'œuvre puisse être appréhendée et entendue du premier coup d'œil, elle devait émouvoir sans recourir à des signes conventionnels ou à des symboles savants ¹¹²».

Dans son analyse du concept d'« art actif », Qingsheng Zhu, Professeur d'Art de l'Université de Pékin, considère que cette inversion des critères esthétiques était la seule élimination de la tradition chinoise, en voici les extraits :

¹¹¹ Référence à l'article, Yishi LI, « La peinture doit-elle ressembler formellement à la nature ? » in *Revue trimestrielle des beaux-arts chinois*, n° 4, 1937. Traduit en français par Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise l'épreuve de l'occident*, éditions You Feng, Paris 2007, p.241-248. Citation dans le même ouvrage, p. 53.

¹¹² *Idem.*, p.54.

« Deux autres phénomènes importants ont eu lieu parallèlement au concept d'art actif entre la fin de la dynastie Han et les Jin orientaux : d'une part, le concept « d'art passif » déjà évoqué, d'autre part la peinture réaliste. Bien qu'elle ne fût pas arrivée à maturité, elle pouvait néanmoins être regardée et interprétée selon les concepts de l'art occidental. La seule tradition éliminée et remplacée par une autre a été celle de l'art actif, pourtant expression de la quintessence de l'art chinois et, contenant à la fois, une conception de la nature et de la fonction de l'art. Son élimination a été justifiée par le fait que ce genre d'art était totalement coupé de la réalité sociale et de la vie ordinaire, et, par conséquent, inutile sur le plan militaire et politique. L'art chinois a commencé à « servir le Peuple » lorsqu'il était devenu une arme et un outil empruntant les méthodes et les critères issus des institutions occidentales. C'est dans le cadre de ce renoncement à soi que les traditions chinoises ont été négligées. »¹¹³

L'élévation de la « ressemblance formelle » au rang de critère esthétique suprême et la promotion artistique du naturalisme résonnent de façon particulière, après l'invasion japonaise en 1937. Un besoin urgent d'un art de propagande en faveur de la résistance nationale se fit dans ce cadre social et politique. Cette occurrence assure le passage à l'esthétique maoïste et constitue un aboutissement historique. Je partage les conclusions d'Eric Janicot quand il écrit :

« L'entreprise de vulgarisation artistique est ainsi fondée sur la promotion concomitante d'une forme figurative et d'un contenu social et politique. En s'appuyant sur les artifices de la mimésis, l'expression artistique comporte une fonction éducative et pédagogique propre à guider la société. Cette approche critique

¹¹³ Qingsheng ZHU, « L'Histoire de l'art en Chine », *Diogène*, N°. 231, mars 2010, p.123.

du renouveau artistique et culturel s'appuie sur le dénigrement de la tradition et le recueil pragmatique des nouveautés formelles et théoriques de l'Occident, élues en fonction de leurs capacités à accélérer les transformations structurelles de la société chinoise et de son expression artistique. L'art moderne relève de l'activisme. »¹¹⁴

¹¹⁴ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise l'épreuve de l'occident*, Paris, éditions You Feng, 2007, p.58.

b) L'esthétique maoïste ou l'exercice pragmatique du pouvoir de la « pensée Mao Zedong »

En 1942, Mao Zedong rédigea un texte important, *Interventions aux causeries sur la littérature et sur l'art à Yan'an* (《在延安文艺座谈会上的讲话 zai Yan'an wenyi zuotanhui shang de jianghua》) au « Mouvement de Rectification (整风运动 zhengfeng yundong) » du parti communiste chinois. Ce texte visait à uniformiser l'idéologie du parti communiste chinois par la définition d'une « ligne juste » et devint la théorie principale de l'esthétique maoïste. Il représentait un exemple typique de l'art de gouverner. L'art y était présenté comme une « arme de propagande » ayant un double rôle à tenir dont celui d'instrument de propagande et d'outil pédagogique.

L'esthétique maoïste emprunta à la théorie artistique de l'art du reflet, une formule rhétorique de la dialectique issue de l'Occident, ayant comme objectif pragmatique de glorifier et d'accompagner la lutte révolutionnaire. Elle persuada les artistes et les intellectuels réformistes qui ne souscrivaient pas pour autant à l'idéologie marxiste-léniniste, de devoir « corriger le style du travail », d'« assurer un sain développement de la littérature et de l'art révolutionnaire » ou encore de « mettre de l'ordre sur le plan idéologique ». Le jugement esthétique et le choix d'une forme artistique, véhiculés par une imagerie révolutionnaire d'ambition pédagogique, se fondaient sur les effets de la propagande, de réception des slogans et des mots d'ordre pour les masses :

« Transposer et imiter sans aucun esprit critique les œuvres anciennes et étrangères, c'est, en littérature et en art, tomber dans le dogmatisme le plus stérile et le plus nuisible. Les écrivains et artistes révolutionnaires chinois, les écrivains et artistes qui promettent, doivent aller parmi les masses ; ils doivent se mêler pendant une longue période, sans réserve et de tout cœur, à la masse des ouvriers, des paysans et des soldats, passer par le creuset du combat, aller à la source unique, prodigieusement riche et abondante, de tout travail créateur, pour observer, comprendre, étudier et analyser toutes sortes de gens, toutes les classes, toutes les masses, toutes les formes palpitantes de la vie et de la lutte, tous les matériaux bruts nécessaires à la littérature et à l'art. C'est seulement ensuite qu'ils pourront se mettre à créer.

Bien que la vie sociale soit la seule source de la littérature et de l'art, et bien qu'elle soit infiniment plus vivante et plus riche que ceux-ci par son contenu, le peuple ne s'en contente point et exige en outre littérature et art. Pourquoi ? Parce que si la vie, comme la littérature et l'art, est belle quand elle est reflétée dans les œuvres littéraires et artistiques, elle peut et doit être plus sublime, plus intense, plus concentrée, plus typique, plus près de l'idéal et, partant, d'un caractère plus universel que la réalité quotidienne. La littérature et l'art révolutionnaires doivent, en puisant leurs éléments dans la vie réelle, créer les figures les plus variées et aider les masses à faire avancer l'Histoire. »¹¹⁵

¹¹⁵ Zedong MAO, *Interventions aux causeries sur la littérature et sur l'art*, à Yan'an 《在延安文艺座谈会上的讲话 *zai Yan'an wenyi zuotanhui shang de jianghua*》 (mai 1942), Shangwu Chubanshe 商务出版社, 1972, p.3. Référence à la traduction en français, Paris, Maspéro, 1973.

Cet exercice pragmatique du pouvoir de la « pensée Mao Zedong » fonde son esthétique sur les critères politiques et artistiques. La mise au point d'une arme de propagande, souple et efficace, dicte l'adoption du naturalisme et récupère une partie du discours moderniste sur l'art, pour mieux le forcer vers une acclimatation du réalisme-socialiste. Le jugement esthétique de l'œuvre artistique s'appuie sur l'interdépendance du contenu politique, un contenu susceptible d'adaptation au gré des circonstances sociales, et de la forme artistique. Eric Janicot indique que « le pragmatisme est de règle quant à l'adoption des modes figuratifs aptes à transmettre la propagande révolutionnaire. L'adaptation des formes anciennes et étrangères accélère la genèse du « style des masses ». ¹¹⁶» En témoigne encore un extrait du fameux discours de Mao Zedong (*Interventions aux causeries sur la littérature et sur l'art*) :

« Nous devons recueillir tout ce qu'il y a de bon dans l'héritage littéraire et artistique légué par le passé, nous devons assimiler avec un esprit critique ce qu'il contient d'utile, afin de nous en servir comme d'un exemple, lorsque nous créerons des œuvres à partir des matériaux de la littérature et de l'art empruntés à la vie du peuple en notre temps et lieu. Avoir ou non cet exemple, cela fait une différence : c'est la différence qui fait que l'œuvre est élégante ou brute, raffinée ou grossière, supérieure ou inférieure, que sa production est rapide ou lente. » ¹¹⁷

¹¹⁶ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p.60.

¹¹⁷ Zedong MAO, *Interventions aux causeries sur la littérature et sur l'art*, 《在延安文艺座谈会上的讲话 zai Yan'an wenyi zuotanhui shang de jianghua》 (mai 1942), op., cit.

Les artistes devinrent alors des praticiens sociaux de la « ligne esthétique » maoïste, et furent sommés d'annoncer l'avènement de la « nouvelle société » dirigée par la « dictature du prolétariat » à partir de 1949. Avec la victoire communiste de la Révolution de 1949 et la déclaration de la République populaire de Chine, les arts graphiques se transformèrent en moyen de propagande du régime dominant. Deux grandes tendances d'expression artistique firent le jour dans les arts graphiques de propagande : la « Nouvelle Estampe du Nouvel An 新年画 » et l'affiche de propagande « Da Zi Bao 大字报 ».

**2. La domination de la technique
du « pinceau frotté » dans la
« Nouvelle Estampe du Nouvel
An » (新年画 xin nianhua)**

Selon la direction de la « ligne esthétique » maoïste, les affiches-calendriers furent redéfinies, après la déclaration de la République populaire en 1949. En 1950, *Les Instructions sur le travail de la Nouvelle Estampe du Nouvel An* (《关于开展新年画工作的指示 *guangyu kaizhan xinnianhua gongzuo de zhishi*》), le premier fichier délivré par le Ministre de la Culture communiste, énonçait: « Il faut rééduquer et utiliser la forme de propagande de l’affiche-calendrier, le forcer à devenir un outil de propagation du Mouvement du Nouvel Art. » ¹¹⁸ Les artistes des affiches-calendriers de Shanghai furent regroupés par le gouvernement communiste, comme Meisheng Jin, Mubai Li, Xuechen Jin, Zhiguang Xie.

A partir des années 1950, les affiches-calendriers publicitaires furent interdites par le gouvernement communiste à cause de l’aspect commercial et contraire à la politique marxiste-léniniste du nouveau régime. Cependant, la formidable capacité d’acculturation de ces illustrations populaires se convertit en une nouvelle forme artistique dénommée « Nouvelle Estampe du Nouvel An ». La technique employée « 擦笔淡彩 (cabi dancai : estomper et peindre à l’aquarelle) » du « pinceau frotté » fut adaptée au retrait de la fonction publicitaire pour investir la production des affiches de propagande réalistes-socialistes et développer un savoir-faire illusionniste dans les images porte-bonheur du nouvel an.

Rappelons que l’invention de cette technique dans les années 1920 avait été le résultat de l’hybridation de techniques européennes - le dessin ombré et l’aquarelle - et d’une nouvelle technique, la photographie. Au cours des années 1950, des images naturalistes

¹¹⁸ Jiazhi LIN, *Histoire des arts commerciaux pendant la période républicaine* (《民国商业美术史 *minguo shangye meishu shi*》), Shanghai, Shanghai Renmin Meishu Press 上海人民美术出版社, 2008, p.132. Traduit du chinois par Dandan LU.

Mubai LI et Xuechen JIN, *Le président Mao rencontre les travailleurs modèles* 毛主席接见劳动模范, 751X521 mm, édition : Shanghai Renming Meishu Chubanshe 上海人民美术出版社, 1964.



s'élaborèrent en se fondant sur des procédés mécaniques et sur une esthétique populaire occidentalisée, qui étaient faites, en majorité, par les artistes spécialistes de l'affiche dite : « Nouvelle Estampe ». Les auteurs comme Meisheng Jin, Mubai Li et Xuechen Jin réalisèrent des images illusionnistes à partir du cliché photographique d'une mise en scène. Les instantanés picturaux, retouchés au « pinceau frotté », photogravés et imprimés, accordèrent une place majeure aux gros plans, en légère plongée réduisant la profondeur de champ.

L'ultime emploi du style « 擦笔淡彩 (cabi dancai : estomper et peindre à l'aquarelle) » domina la production des années 1950 et de la première moitié des années 1960. Il s'en suivit une conception d'affiche politique et de l'estampe du Nouvel An comme devant être une image marquante et séduisante. Par exemple, *Le président Mao rencontre les travailleurs modèles*, est une œuvre typique de ce style. Elle fut réalisée par Mubai Li et Xuechen Jin en 1964.

Dans un jardin très fleuri, le Président Mao est en train de cordialement converser avec trois travailleurs modèles. Les parties inférieure et supérieure de l'estampe traditionnelle, comme le « ciel » et la « terre » des rouleaux traditionnels¹¹⁹, ont été supplantées par le cadre blanc. La lecture est encadrée et est facilitée par le titre inscrit en tête d'affiche, qui est synonyme de modernité : il est composé de sinogrammes simplifiés, soulignés par la transcription phonétique

¹¹⁹ Le montage des rouleaux verticaux de la peinture traditionnelle chinoise, comprend une partie terrestre (地 di) - la partie inférieure, qui représente les deux tiers environ de la partie céleste (天 tian) - la partie supérieure. Rappelons que l'association ciel-terre forme le mot « monde », « univers ». Le microcosme pictural est lui-même compris dans un univers plus vaste et cela, dans une mise en abyme infinie qui témoigne d'une conception immanente du monde.

Mubai LI et Xuechen JIN, *Le président Mao rencontre les travailleurs modèles* 毛主席接见劳动模范, 751X521 mm, édition : Shanghai Renming Meishu Chubanshe 上海人民美术出版社, 1964.



« pinyin »¹²⁰, dont la police est « Imitation Song Moderne » (仿宋体 fangsong ti)¹²¹. Conformément à l'usage, le titre est imprimé avec la couleur rouge de la révolution.

Les scènes de jardin traditionnel abondent de plantes chinoises caractéristiques et de fauteuils en rotin - objet populaire dans la tradition chinoise, qui marquent la continuité historique chinoise et la promotion d'une nouvelle organisation sociale. Les quatre tasses de porcelaine de style Art Nouveau sont synonymes de modernité et la fenêtre, qui n'est pas un modèle chinois traditionnel mais plutôt une référence aux modèles utilisés dans les architectures soviétiques, accentue encore le triomphe de la révolution prolétarienne. Les succès du nouveau régime sont également exprimés par l'avènement de « l'homme nouveau » figuré par le président Mao et par les trois vertueux personnages guidés par la morale marxiste-léniniste. Les vêtements indiquent les différents rôles sociaux de chacun. Signalons que le chiffre trois comporte en Chine un double sens : la multiplicité des phénomènes, des possibles - la relève est assurée ; et, la « dictature du prolétariat » au nom de l'utopie maoïste qui était tenue par la masse des ouvriers, des paysans et des soldats. Proximité et respect mutuel étaient exprimés par le geste de la main discursive, supérieure en âge et en honneurs. Le rouge révolutionnaire était présent sur les rubans des décorations et sur la tenue officielle du Président, « le vêtement du peuple (人民装 renming zhuang) ». Précisons également qu'une des acceptions du mot « rouge » est aussi

¹²⁰ Le « pinyin 拼音 » est un système de transcription phonétique de la langue chinoise, utilisé en République populaire de Chine. Il est fondé sur l'alphabet latin dont les lettres ou groupes de lettres sont divisés en finales et en initiales. Le projet de transcription de la langue chinoise aboutissant au pinyin a été approuvé en 1958. Il est officiellement en usage depuis le 1^{er} janvier 1979.

¹²¹ La police « Imitation Song Moderne (仿宋体 fangsong ti) » est une police d'imprimerie qui imite la police Song (宋体 songti). Toutes les écritures en police d'imprimerie sont dénommées « meishuzi (美术字) » depuis l'époque maoïste.

celle de « populaire ». Admiration et bienveillance étaient ainsi voulues lisibles dans les postures confiantes, les regards brillants et les sourires omniprésents. Cet art social cherchait à obtenir l'adhésion du spectateur par empathie. Il est certain que ce style d'affiche souhaitait participer à l'édification de la « nouvelle société » au moment où le parti communiste chinois assurait son institutionnalisation. Pour Eric Janicot, le rôle joué par le style choisi du réalisme populaire pour l'affiche fut décisif :

« Un style graphique apaisé et apaisant constitue pour le régime un formidable outil de persuasion. Il a l'avantage de bénéficier d'un succès populaire – assis sur trente années de production et de diffusion – fondé sur l'acclimatation de l'illusionnisme européen au goût chinois. Son aspect « moderne » accompagne les habitudes culturelles traditionnelles tout en lui permettant de promouvoir une forme de réalisme photographique. En d'autres termes, le « pinceau frotté » avance une forme artistique populaire, « moderne » et « réaliste », susceptible de s'intégrer à la théorie esthétique marxiste de l'art-reflet. Grâce à l'affiche de propagande, il devient l'un des principaux agents artistiques d'une diffusion de masse de l'idéologie au pouvoir. Issu de l'économie de marché, le réalisme populaire du 'pinceau frotté' se trouve de facto en adéquation avec l'établissement du nouveau régime d'obéissance marxiste. L'hybridation esthétique des « calendriers publicitaires » d'origine est la condition du succès de cette forme graphique par-delà les régimes politiques et économiques opposés : capitalisme et communisme. »¹²²

Ce style d'affiche, au genre séduisant, ne chercha plus à se transformer en force de persuasion, elle exprima de façon

¹²² Eric JANICOT, *L'art moderne chinois nouvelles approches*, Paris, éditions You Feng, 2007, p.110-112.

**expressive la propagande révolutionnaire de glorification du ainsi
que le culte de la personnalité de Mao.**

**3. Le prototype de la totalité de l'art : l'affiche
de propagande « Da Zi Bao » (大字报), une
gravure sur bois**

L'affiche de propagande « *Da Zi Bao* (大字报 journaux à grands caractères) » fut parmi les productions graphiques les plus communes de la Révolution Culturelle, et fut d'ailleurs présentée comme un médiateur symbolique de la production artistique maoïste. Un grand nombre de « *Da Zi Bao* » furent réalisées avec la technique de la gravure sur bois (木刻画 mukehua), formant une nouvelle machine révolutionnaire via l'esthétique maoïste.

La gravure sur bois, technique artisanale tombée en désuétude après l'essor de l'imprimerie moderne, émergea comme un art engagé au cours des années 1930, devant sa réintroduction à la propagande révolutionnaire en Occident. Xun Lu fut considéré comme le « père de la gravure sur bois moderne » en Chine, grâce à ses textes, ses recueils d'œuvres européennes et ses conseils artistiques en gravure publiés dans le « Mouvement de la gravure sur bois » (木刻运动 muke yundong).

Ce mouvement commença entre 1929 et 1930, quand une scission s'établit entre les tenants de « l'art pour l'art » qui poursuivirent leurs expériences au sein des académies, et ceux de « l'art pour le peuple ». Les étudiants révolutionnaires, expulsés par l'Ecole supérieure des beaux-arts d'Hangzhou, constituèrent une nouvelle association – la Société artistique de l'An 18 (一八艺社 yiba yishe) à Shanghai au printemps 1931 – et furent accueillis par la Ligue des artistes de Gauche (左翼美术家联盟 zuoyi meishujia lianmeng) où Xun Lu et le Parti communiste prirent part aux décisions. Xun Lu y présenta aux artistes chinois les œuvres d'Albrecht Dürer, Frans Masereel, Käthe Kollwitz, Aubrey Beardsley et Kouji Foukiya (落谷虹児 une femme artiste japonaise) ainsi que des gravures d'artistes soviétiques comme



Hua Li, *Hurle, Chine !*, la gravure sur bois, 1935.

Pavlinov, qui devinrent vite leurs références majeures depuis cet événement.

Xun Lu suggéra aux artistes de revêtir le rôle de témoin d'un constat social car la triste et cruelle réalité sociale était suffisamment parlante. De plus, sous l'influence de l'idéologie moderniste du 4 mai 1919, il prôna la synthèse de l'héritage traditionnel chinois avec l'emprunt à l'occident des symboles respectifs du nationalisme et de la modernité. Xun Lu suggéra aux artistes de puiser dans le patrimoine chinois, comme les reliefs en pierre de la dynastie des Han, les traités xylographiés de Ming et de Qing et les estampes du nouvel an populaire, tout en s'inspirant des « techniques occidentales ».

Ces conseils pragmatiques de Xun Lu furent favorisés par des images stylistiques et iconographiques : d'une part, ils dénoncèrent les injustices criantes et suscitèrent l'élan révolutionnaire ; d'autre part, la tentative de définition d'un vocabulaire plastique apparut, il était fondé sur des tracés expressifs pour caractériser un style à la manière de la peinture traditionnelle chinoise. En témoigne, ici, la gravure de Hua Li, *Hurle, Chine !* où l'auteur établit une synthèse entre la force du trait, le naturalisme et la caricature. Un prisonnier nu, solidement attaché à un poteau, est agenouillé avec les yeux bandés et s'efforce de se libérer de ses liens dans un cri de rage et de douleur exprimant les efforts désespérés d'un corps aux muscles noueux. Ses mains crispées tentent de saisir le poignard libérateur. La tension de cette image métaphorique est accentuée par un tracé profond : les lignes à la fois brisées et curvilignes ainsi que les petits traits qui décrivent le lien et les cheveux, caractérisent un vocabulaire plastique fondé sur la

Hua LI, *Hurle, Chine !*,
la gravure sur bois,
1935.



manière de traiter les reliefs en pierre de la dynastie des Han et des « rides » (皴 *cun*)¹²³ de la peinture traditionnelle de paysage.

Cette esthétique de combat, fondée sur la simplicité des compositions, l'expressivité de violents contrastes et la puissance des tracés au couteau, séduisit les artistes révolutionnaires chinois. Une importante production fut présentée lors de deux Expositions nationales de gravure sur bois, en 1935 à Tianjin et, en 1936, à Guangzhou. Le corpus des œuvres occidentales éditées par Xun Lu et sa conception forte d'un art engagé amenèrent les gravures à diverses hypothèses plastiques.

La facilité d'exécution de la gravure sur bois, la rapidité de son apprentissage, l'efficience d'une image qui se passe de commentaires et la possibilité de tirages multiples imposèrent cette technique à devenir un outil de propagande privilégié, pendant les périodes de guerre. Cet art engagé, qui s'appuyait sur la théorie de l'art du reflet, fut bien sûr saisi par Mao Zedong. Après le mouvement de rectification à Yan'an, en 1942, le néoréalisme chinois trouva sa source dans les mutations stylistiques de la gravure sur bois et sa dépendance à l'égard de l'idéologie communiste. Les diverses hypothèses expressionnistes vinrent à être supplantées par le naturalisme. Dans la période de l'utopie maoïste, le néoréalisme avait une prétention hégémonique. Cet art de propagande était présenté comme le prototype de la totalité de l'art entre la seconde moitié des années 1960 et la première moitié des années 1970. Des millions d'affiches de ce style, à la gloire du Président Mao, de sa pensée et du prolétariat, furent imprimées et placardées jusque dans les villages les plus reculés.

¹²³ La peinture traditionnelle chinoise de paysage comprend cinq techniques principales : Gou 勾, Cun 皴, Ca 擦, Ran 染, Dian 点. La technique « cun 皴 » sert souvent à dessiner les rides et les modelés de la roche.

Auteur inconnu, *Affiche de propagande pour la Proclamation du 3 juillet et du 24 juillet*, publié par Tianjin renming meishu chubanshe 天津人民美术出版社, 781x1086mm, 1968.



L’Affiche de propagande pour la Proclamation du 3 juillet et du 24 juillet, publié en 1968, est un exemple emblématique de ce style intéressant à approfondir. Les couleurs noir et rouge représentent de façon efficace le sujet de la lutte des classes. Une foule prolétarienne - les ouvriers, les soldats et les paysans – tiennent les « petits livres rouges » et portent des badges à l’effigie de Mao. Se détachent au second plan des drapeaux rouges ainsi qu’une auréole de rayons entourant le portrait de Mao. Une femme et un homme au premier plan sont en train de dénoncer les forces ténébreuses qui nuisent aux masses populaires. Deux ouvriers debout derrière soulèvent avec leurs bras les *Proclamations* et un soldat se tient debout à côté d’eux. Le portrait de Mao rayonnant, les drapeaux rouges et l’attitude fougueuse du peuple expriment les triomphes de la révolution prolétarienne et fait figurer la « dictature du prolétariat ». A droite, on peut lire un slogan en police de caractère moderne « sans-sérif », composé de deux phrases disant: « *La Proclamation du 3 juillet et du 24 juillet* sont de grands plans stratégiques du Président Mao ! Il faut réunir toutes les puissances de la solidarité, avec fermeté, précision et sévérité contre la poignée d’ennemis de classe. » Ces images sont destinées à véhiculer les priorités du pouvoir, les idéologies du Parti et asseoir le culte de la personnalité de Mao Zedong.

En vertu de l’idéologie collectiviste communiste, le nom de l’auteur de l’affiche « *Da Zi Bao* » n’est pas important. Les artistes, définis en tant que tels par les commissaires politiques, étaient tenus de réaliser des œuvres artistiques visant à assurer la cohésion des masses par leur endoctrinement au moyen de la propagande et de la pédagogie, pour mieux la faire coïncider avec les directives du Parti. Leurs travaux graphiques étaient considérés comme les « pratiques sociales » de l’esthétique maoïste. Et les artistes ou

graphistes étaient considérés socialement comme de simples techniciens artistiques.

Les artistes révolutionnaires et leurs indéniables réussites plastiques ont certainement contribué à la renaissance de la gravure sur bois en alliant, au service d'une idéologie importée, le naturalisme de l'Occident et l'héritage chinois. L'emploi militant de la gravure sur bois fut alors un exercice pragmatique du pouvoir politique communiste et le fruit d'une véritable étude de marché politico-artistique.

En résumé, ces deux innovations artistiques – la technique « 擦笔淡彩 (cabi dancai : estomper et peindre à l'aquarelle) » du « pinceau frotté » et la gravure sur bois – employée par les modernistes républicains chinois, ont été des armes de propagande, souples et efficaces dans la « nouvelle société » au nom de l'utopie maoïste. Ces productions industrielles artistiques, qui hybridaient des techniques artistiques différentes avec les idéologies de différentes cultures, ont constitué un style hétéroclite appliqué à la publicité et à la propagande dans les arts graphiques. Cet épiphénomène, artistique et technique, reconnaissable à une identité visuelle singulière fut un jalon majeur dans les phénomènes d'acculturation de la société chinoise.

C. Le design graphique contemporain

Après la mort de Mao en 1976, la *Troisième Session Plénière du Parti Communiste Chinois* issu du *Onzième Congrès du Parti Communiste Chinois*, tenue en 1978 prend la décision historique de faire du développement économique le centre de gravité de toute action du gouvernement en Chine. Une nouvelle ère s'ouvre pour la Chine. Depuis trois décennies, aucun mot n'est plus riche de sens pour les gouvernants chinois que le terme « 改革开放 gaige kaifang » (la réforme et l'ouverture), qui est un élément-clé de la théorie politique de Deng Xiaoping¹²⁴. Comme partout dans le monde, cet essor économique sans précédent au cours de ces dernières décennies en Chine, se voit marquer par une ouverture du commerce international, du fait du triomphe du libéralisme dans les secteurs économiques.

En parallèle de cet essor de l'ouverture des marchés mondiaux, des changements s'opèrent de façon de plus en plus inévitable dans la vie quotidienne chinoise, notamment dans la vie urbaine, les besoins matériels, les changements culturels, l'idéologie sociale, les nouveaux métiers... Dans les grandes agglomérations urbaines, de nouvelles formes d'échange et de communication sont alors élaborées. L'ouverture économique des années 1990 a produit les mêmes effets qu'au début de la période républicaine, correspondant au boom de l'industrialisation du début du XX^e siècle. Une révolution des mentalités bien plus profonde s'est faite avec l'avènement de ce double système politique et économique – communiste et libéral – et qui se confond, sur le plan culturel et artistique, avec la révolution postmoderne. En interaction avec toutes les autres activités humaines, le design graphique contemporain chinois participe de cette nouvelle révolution issue de l'esprit du temps planétaire dominant

¹²⁴ Depuis 1978, le PNB de la Chine augmente en moyenne de 9.4% par an. Depuis les années 1990, cet indice augmente de 10% par an, alors qu'au niveau mondial, il est de 1%. Ce chiffre croissant du PNB chinois dépasse 10% en 2010, et la Chine devient alors la deuxième puissance économique du monde.

postmoderne, en hybridant tant les formes que les techniques de l'art chinois traditionnel avec des genres et toutes sortes de productions visuelles de niveau de légitimité différente (une affiche, un logo, une photographie d'un objet banal).

1. Une distinction par génération. Des designers aux vocations différentes

La profession de graphiste n'existe que depuis les années 1990 en Chine, suite au grand succès de l'exposition intra-régionale 92' *Design Graphique en Chine* qui se tint à Shenzhen. C'est à partir de cet événement-là, que les graphistes chinois obtinrent une reconnaissance internationale et purent considérer leur travail comme une profession. Auparavant, les sous-disciplines du graphisme incluaient le domaine des « arts appliqués et décoratifs », les spécialistes graphiques comme les affichistes, les typographes, les illustrateurs, qui, avant tout, étaient considérés comme des « techniciens artistiques ».

Le Design Graphique chinois se développa soudainement dans les années 1990 du fait de la politique chinoise de réforme économique et d'ouverture commerciale internationale. Shenzhen fut notamment une des nouvelles villes de la « Zone économique spéciale », où habitèrent de nombreux graphistes parmi les plus actifs en Chine, grâce au triomphe du libéralisme sur l'« économie socialiste de marché », sa proximité géographique avec Hongkong et son rôle dans l'avancée des progrès pour l'impression. Depuis le milieu des années 1980, Shenzhen est devenue un des trois centres principaux d'impression dont Beijing et Shanghai. La maîtrise technique, la garantie de qualité et les prix peu élevés de l'imprimerie de Shenzhen offrirent des possibilités de développement au design graphique. Les productions graphiques de Shenzhen occupèrent ainsi une place prépondérante dans le domaine de l'impression des années 1990.

a) « Trois Générations »

D'après le graphiste chinois de Shenzhen, Ning Ou ¹²⁵, trois générations de graphistes chinois se sont succédées à partir des réformes politiques qui ont commencé en 1979 et qui ont assisté aux débuts des progrès technologiques. Il soutient que :

«Jusqu'au début des années 1990, la première génération de graphistes travaillera principalement à la main car il y a encore peu d'ordinateurs dans le pays. La seconde maîtrisera les ordinateurs Macintosh et commencera à recevoir les influences du design international. Tandis que la troisième génération a grandi avec Internet, en ayant accès aux informations non disponibles pour les designers chinois précédents. Avec Internet et le départ à l'étranger de certains jeunes designers une perspective internationale s'est ouverte.»¹²⁶

Selon toujours Ning Ou, l'utilisation de l'ordinateur et la puissance de l'informatique ont été les facteurs essentiels du renouvellement des générations de graphistes chinois. Mais revenons tout d'abord à la première génération et à ce qui la caractérise.

¹²⁵ Ning OU (né 1969), critique d'art, spécialiste du design graphique chinois.

¹²⁶ Rick Poynor, *Getting Louder: Chinese Design on the March*. Disponible sur: <http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=3327>. Citation dans Shuai ZHU, *On Design* 《设计观点》, Liaoning Science & Technology Press 辽宁科学技术出版社, Shenyang, 2010, p. 266. Traduit du chinois par Dandan LU.

Shaohua CHEN, « Le vert provient de vos mains », Prix d'Or de 6^{ème}
Exposition Nationale des Beaux-arts, Beijing, 1984.



- 1^{ère} GENERATION : LE GRAPHISME A LA MAIN

Entre l'année 1979 et le début des années 1990, le graphisme chinois a gagné en prestige au moment de la 6^{ème} *Exposition Nationale des Beaux-arts* (exposition officielle la plus importante de Chine, en 1984). Celle-ci crée pour la première fois un stand d'« affiches » dans une prestigieuse exposition nationale d'art. L'affiche, *Le vert provient de vos mains*, de Shaohua Chen (né en 1954) reçut le Prix d'Or grâce à ses qualités technique, visuelle, intellectuelle et artistique. Au niveau technique, rappelons qu'elle fut réalisée à la main, avec l'aide d'un aérographe. Cette grande réussite de Shaohua Chen entraîna par la suite beaucoup d'affichistes à employer également l'aérographe en Chine¹²⁷. Mais, le plus important reste que cette affiche fut considérée comme un tournant symbolique : le rôle social dû au graphiste chinois passa du statut de propagandiste totalitaire de la Révolution Culturelle à l'acteur de la conscience humaniste. Pendant la période totalitaire maoïste, le graphisme chinois, en osmose avec le contexte politique, présentait un style artistique unique appelé « réalisme socialiste », et fut essentiellement représenté par des affiches de propagande de la Révolution Culturelle.

En témoigne le souvenir de Shaohua Chen, auteur de l'affiche *Le vert provient de vos mains* :

« Des dizaines d'années de lutte politique, dix ans de catastrophe avec la Révolution Culturelle, les gens épuisés spirituellement ne voulaient plus voir de propagande visionnaire radicale ou d'images violentes. Cette période prit le nom de « Printemps de l'art et de la littérature ». Le public

¹²⁷ Shuai ZHU, *On Design* 《设计观点》, Shenyang, Liaoning Science & Technology Press 辽宁科学技术出版社, 2010, p253. Traduit du chinois par Dandan LU.

Shaohua CHEN, « Le vert provient de vos mains », Prix d'Or de 6^{ème}
Exposition Nationale des Beaux-arts, Beijing, 1984.



préférait voir des choses humanistes et séduisantes au regard. L'idée de l'affiche *Le vert provient de vos mains* vient de ces impressions». ¹²⁸

Le succès de cette œuvre graphique a été remporté non seulement grâce aux techniques employées mais surtout grâce à la valeur que lui enjoignait la société, selon laquelle : « l'affiche exprime la relation de l'individu à la société. Le lien social s'établit à travers elle par son mode de diffusion et son contenu ¹²⁹ ». Il faut savoir que 1984 fut une année importante, sonnant le début de « 改革开放 (gaige kaifang) », la réforme et l'ouverture. Le contenu de l'affiche *Le vert provient de vos mains* vint rompre avec le monopole de l'affiche de propagande totalitaire. Cette affiche présentait, en effet, une vision positive de la nature, où le texte, l'image, la couleur et la forme se mélangeaient habilement. La question de l'environnement devint son principal axe de travail. Elle modifia parfaitement l'identité visuelle de l'affiche chinoise et le rôle social du graphiste chinois. Elle témoignait, avec évidence, d'une mutation esthétique et/ou politico-sociale chinoise : le formalisme venait de tenter de renverser la position hégémonique du naturalisme.

¹²⁸ *Idem*, p252.

¹²⁹ DIEGO ZACCARIA, *L’Affiche, paroles publiques*, Paris, éditions Textuel, 2008, p.16.

- 2^{ème} GENERATION DU GRAPHISME DITE : « JETER AU CAMION »

Depuis le début des années 1990, l'utilisation d'ordinateurs amorça une « Phase Légendaire » dans l'évolution du graphisme chinois. Les pixels prirent le pas sur les lavis et aquarelles ainsi que les logiciels se substituèrent, pour partie, aux outils traditionnels tels que le crayon, le pinceau, le compas, la règle et le papier. « Jetez au camion »¹³⁰ devint le slogan le plus symbolique des graphistes de cette époque-là. Les premiers graphistes à utiliser un ordinateur (Macintosh) pour la création graphique furent Shaohua Chen, Xueqing Wang, Xu Wang etc.

- 3^{ème} GENERATION : LE GRAPHISME TECHNOLOGIQUE ET LA REVOLUTION INTERNET

Effectivement, au cours des années 1990, les arts graphiques ont connu une véritable révolution due à l'avènement de l'informatique dans les studios. Situé désormais à mi-chemin entre art et communication, les graphistes interrogèrent le potentiel du pouvoir de la communication et se proposèrent de questionner le concept de communication. Le design graphique permit alors de poser des problématiques entre le champ de la création et celui de la communication. Il mettait en jeu des signes destinés à la

¹³⁰ « Jeter au camion » fut un slogan pour exprimer que les graphistes chinois ne travaillaient plus à la main avec les pinceaux, les peintures, ils travaillaient désormais avec l'ordinateur. Ils ont « jeté au camion », les pinceaux et les outils traditionnels. En d'autres termes, ils les ont jeté à la poubelle.

communication visuelle et verbale, dont la visée était d'améliorer la qualité d'interaction entre le signe iconique et l'humain, et plus largement, de favoriser les échanges et la vie en société. L'évolution des arts graphiques a toujours été et continuera d'être inextricablement liée au développement des outils technologiques qui permettront aux graphistes de travailler avec une efficacité toujours plus grande. Cependant, les conceptions graphiques sont aujourd'hui grandement dépendantes du développement des outils technologiques. La troisième génération a grandi avec Internet, en ayant accès à des informations qui n'étaient pas disponibles aux designers chinois précédents.

b) Deux catégories de designers graphiques

Les exemples illustrant la distinction faite par Ning Ou, montrent cependant que la première et la deuxième génération furent finalement constituées par les mêmes designers, Shaohua Chen en est un bon exemple. Suite à ce constat et à l'appui des productions convaincantes, cette distinction de génération de graphistes chinois qui se réfère au seul développement d'outils technologiques n'est pas très satisfaisante car inadéquate. Deux catégories de designers graphiques ont vu le jour au moment de cette nouvelle ère du design graphique si on tient compte que ces productions faisaient référence à deux mémoires collectives différentes dans le cadre socio-politico-économique de la mondialisation. Il me semble, en effet, plus judicieux d'accorder davantage de crédit à des formes inspirées du fonctionnement social, tel qu'on peut les observer dans la lignée de « l'école des Annales », et cela, tout en préservant un sens critique vis-à-vis de tout déterminisme historique :

La première catégorie de designers graphiques, née après la fondation de la République Populaire de Chine en 1949, a grandi entièrement au temps de Mao. Elle a donc été influencée par la logique pragmatique maoïste et l'idéologie nationaliste républicaine (que le politologue américain Samuel Huntington a désignée comme étant une attitude kémaliste¹³¹). Les graphistes humanistes chinois les

¹³¹ Le Kémalisme également connue sous le nom d'idéologie Kémaliste, se résume en six principes fondamentaux appelés les six flèches : Republicanisme, Populisme, Laïcité, Révolutionnarisme, Nationalisme et Etatisme. Voir aussi les références in Samuel HUNTINGTON, *Le Choc des civilisations*, Traduit de l'anglais par J-L. Fidel et G. Joublain, P. Jorland, J-L. Pédussaud, Paris, Odile Jacob, 2000, p.127 : « Depuis des siècles, les peuples non occidentaux envient la prospérité économique, la sophistication technologique, la puissance militaire et la cohésion politique des sociétés occidentales. Ils cherchent le secret de ce succès dans les valeurs et les institutions occidentales. Et quand ils croient trouver la clé, ils tentent de l'utiliser. Pour devenir riche et puissant, il faudrait devenir comme l'Occident. Aujourd'hui, cependant, cette attitude kémaliste a disparu en Extrême-Orient. »

plus représentatifs de cette sensibilité furent Shaohua Chen, Xu Wang, Yuefei Wang, Jiaying Han etc.

La seconde catégorie est née après la mort de Mao en 1976, au beau milieu des années 1970. Ces jeunes graphistes, élèves de leurs prédécesseurs furent plutôt marqués par le grand essor économique libéral chinois et par la standardisation du consommateur postindustrielle qui ont entraîné des conflits et des inégalités sociales extrêmes. En outre, avec l'avènement d'Internet et le départ à l'étranger de certains jeunes designers, un dialogue international ouvrit d'autres horizons. Comme ce fut le cas pour le Studio Sense Team, Yu Guang et Yongliang Yang.

2. Le design graphique chinois postmoderne

Le terme « postmoderne » étant à l'origine un paradigme esthétique, fut inventé à la fin des années 1960 par le critique littéraire américain Ihab Hassan, pour désigner une forme d'hypermodernisme en littérature. Le mot postmoderne et la notion de postmodernité, ayant des sens variables car également définis par bien d'autres précurseurs en philosophie, sociologie, critiques d'art et critiques en littérature, je m'en tiendrai au sens donné par Fredric Jameson (1984) qui définit le postmodernisme comme la « logique culturelle du capitalisme tardif », en raison de l'éclairage apporté par le lien établi entre culture et capitalisme.

De manière générale, le terme « postmoderne » fut et reste très rarement associé au design graphique chinois, que ce soit par les chinois ou par les experts étrangers.

Pour les travaux de recherche qui abordent les problèmes culturels, artistiques en interrelation avec les phénomènes sociologiques, l'utilisation d'un paradigme esthétique sous lequel se trouvent réunies toutes les productions, artistiques et non-artistiques, légitimes et non légitimes, qu'elle que soit l'expression choisie, s'avère indispensable¹³².

D'autant que, sous l'égide de discours anti-ethnocentristes et universalistes ainsi que respectueux des « différences » ou de « l'identité » de « l'autre », on a vu des experts étrangers face à la grande variété de possibilités stylistiques, la complexité de la construction et la multitude des interprétations, parfois conflictuelles, donner souvent un aspect inintelligible au design graphique chinois.

¹³² « L'histoire moderne et contemporaine de la Chine débute en 1840, et comprend entre 1840 et 1949 la période moderne, de 1949 à nos jours la période contemporaine ». Zhiyong GUO, *Encyclopédie d'histoire moderne et contemporaine de la Chine* (《中国近现代史纲要 zhongguo jinxindai shi gangyao》), Beijing, Higher Education Press (高等教育出版社), 2007, p. 1.

Et pourtant le désarroi dû à une certaine désorientation dans lequel sont plongés les designers, la dislocation ou l'éclatement des sensibilités artistiques, la multiplication des productions individuelles redevable à une absence de règles¹³³, sont les quelques symptômes qui, parce qu'ils convergent avec ceux rencontrés en Occident, convainquent d'une familiarité d'esprit entre le paradigme esthétique de la Chine contemporaine et le paradigme esthétique postmoderne occidental.

Ce qui n'empêche pas que le terme de design graphique postmoderne ait connu également une définition discutable en Occident. Peu de graphistes ont, en effet, tenu à définir leur production comme postmoderne. Certains graphistes considéraient que le postmodernisme se rapprochait trop du style de l'architecture historiciste des années 1980 et le rejetèrent en conséquence, pour des raisons d'esthétique. Cette vision essentiellement stylistique du postmodernisme, développée par certains critiques, a empêché une véritable compréhension de l'influence de l'esthétique postmoderne sur le graphisme tout au long des années 1990. Avec cette définition limitée à l'idée d'un style de formes, il semble que le style graphique du postmodernisme ait disparu à la fin des années 1990. Rick Poynor, critique d'art spécialisé en design graphique, en conclut que beaucoup de gens n'en ont jamais vraiment saisi le sens. Il dit :

« La première fois que le postmodernisme a été relié au graphisme, la recherche, entre autres exégètes, penchait pour un style définissable pouvant être étiqueté « graphisme

¹³³ Wolfgang Weingart, compositeur typographe suisse, a énormément influencé le développement de la « nouvelle vague » (appelée ensuite « postmoderniste ») du design graphique. En 1964, dans un article pour la revue professionnelle *Druckspiegel*, il écrit que « les possibilités techniques de la photocomposition ont placé la typographie actuelle dans jeu dans règles ». Le travail de Weingart est spontané, intuitif, profondément sentimental, et son influence sur le design graphique américain sera significative.

postmoderne ». Jusqu'à un certain point, ces experts ont atteint leur but car, vers la fin des années 1980, ce « style » semblait avoir été au bout de ses ressources et tout laissait croire que d'autres approches stylistiques l'avaient remplacé. Bon nombre d'enquêtes et de documents sur le graphisme de cette période maintiennent ce point de vue. Cela dit, les tendances architecturales étaient également liées à un autre type de graphisme, aussi appelé « postmoderne », et il est trompeur d'utiliser le graphisme postmoderne comme une catégorie stylistique maîtrisée car cela impliquerait que le graphisme, qui avait du succès en termes stylistiques, n'ait eu aucun rapport avec le postmodernisme. S'il y avait, et il y a, une condition culturelle susceptible d'être appelée postmodernisme, rien ne laisse penser qu'elle se soit subitement arrêtée vers les années 1990. Les partisans du postmodernisme en tant que style graphique n'abondent pas dans ce sens, et ils n'en ont pas besoin car leur analyse se limite aux questions d'esthétique (ils définissent le style). Non seulement les facteurs culturels qui ont fait naître le postmodernisme n'ont pas disparu dans les années 1990, mais la plupart se sont intensifiés.»¹³⁴

Une des plus anciennes utilisations du terme « postmoderne » dans le domaine design graphique remonte à 1968, une année avant que l'historien et critique d'art, Nikolaus Pevsner, eût qualifié certaines tendances de l'architecture de « postmodernes », dans un article de la revue britannique *Design*. Le critique Corin Hughes-Stanton déplorait le manque d'originalité du graphisme postmoderne et le fait qu'il n'ait pas induit son propre style contemporain, appuyant sa description sur des formes « indépendantes » du courant de pensée graphique qui

¹³⁴ Rick POYNOR, *TRANSGRESSION, Graphisme et Postmodernisme*, traduit de l'anglais par Marie-Josèphe Levadoux, Paris, Pyramyd, 2003, p.18.

s'est appelée « Pop »¹³⁵. Il prédit « la rupture perpétuelle des frontières modernistes dans le design graphique, lui dessina un avenir aventureux esthétiquement et y intègra les facteurs de plaisir et d'ergonomie¹³⁶ ».

La définition du terme de « postmodernisme », scellée par Charles Jencks dans son ouvrage *The Language of Post-Modern Architecture*, parut en 1977. Les architectes postmodernes, disait-il, sont toujours un peu modernes dans leur sensibilité et leur utilisation de la technologie. Le style postmoderne en est de ce fait « hybride, à double sens, fondé sur des dualités fondamentales », ce qui peut entraîner la juxtaposition d'ancien et de nouveau, ou l'inversion intelligente de l'ancien et signifier que l'architecture est un peu étrange et paradoxale¹³⁷. Dans la discipline du design graphique, le style postmoderne désigne plutôt les graphistes de la « new wave » qui ont été influencés par la typographie de l'Ecole suisse et présentés par des graphistes californiens, comme Dan Friedman, April Greiman etc. Leurs productions graphiques étaient spontanées, intuitives, profondément sentimentales, hybrides, chaotiques, vernaculaires, fracturées et parfois féminines (notamment les œuvres de Greiman).

Un événement rapporté par Rick Poynor, issu de son ouvrage intitulé *TRANSGRESSION, Graphisme et Postmodernisme* est des plus instructifs pour comprendre l'intérêt scientifique qu'apporte la compréhension du postmodernisme. En 1977, le « postmodernisme » fut de nouveau associé au design graphique par le designer américain Wilburn Bonnell, qui organisa l'exposition *Postmodern Typography : Recent American Developments*, à Chicago. Cet organisateur décida de qualifier l'œuvre de « postmoderne » en raison de l'omniprésence

¹³⁵ *Idem.*

¹³⁶ Rick POYNOR, *TRANSGRESSION, Graphisme et Postmodernisme*, op. cit., p.19.

¹³⁷ *Idem.*

du terme dans l'écriture architecturale. Les nombreux artistes qui exposèrent leurs travaux, dont Friedman, Greiman, Staff Geissbuhler, Willi Kunz et Bonnell lui-même, ne se considèrent pas, à ce moment-là, comme des designers graphiques postmodernes, estimant le terme était trop limitatif ou trop vague¹³⁸.

Rick Poynor livre une autre vision sur le design graphique et le postmodernisme. En voici un long extrait important :

« Le postmodernisme ne peut être compris sans référence au modernisme, et si le préfixe « post » semble indiquer qu'il vient après lui, le remplace ou le rejette, les commentateurs le considèrent plutôt comme un parasite qui dépend de son hôte moderniste et qui en a pris les caractéristiques ... mais pas le sens. En effet, la grande différence du postmodernisme est sa remise en question des idéaux progressistes des modernistes qui ont hérité de la croyance du siècle des Lumières (XVIII^e) quant à la possibilité d'un progrès humain perpétuel grâce à la raison et à la science. »

« Les produits de la culture postmoderne ont quelques similitudes avec les œuvres modernistes, mais leurs visées sont différentes. Si le modernisme cherchait à créer un monde meilleur, le postmodernisme (au grand dam de certains) accepte le monde tel qu'il est. Là où le modernisme attaquait la culture commerciale de masse prétendant savoir ce qui était le mieux pour le public, le postmodernisme entre dans une relation de complicité avec la culture dominante. Dans le postmodernisme, la distinction hiérarchique que faisait le modernisme entre la culture « digne de ce nom » et la culture populaire « de bas étage » s'écroule – les deux deviennent des possibilités égales. L'érosion de vieilles frontières permet à des

¹³⁸ *Idem.*, p.23.

formes hybrides de s'épanouir, et bon nombre des changements dans le design de ces dernières années, qui empruntait à l'art ses caractéristiques d'expression libre, prennent maintenant tout leur sens. La dissolution des standards crée des conditions fluides dans lesquelles les appels à l'universalité et à la compétence établissent les manières de faire. Dans la sphère culturelle, les règles strictes deviennent insupportables. Comme certains critiques, les produits de la culture postmoderne se distinguent par des éléments tels que la fragmentation, l'impureté de la forme, la superficialité, l'indétermination, l'intertextualité, le pluralisme, l'éclectisme, et par un retour au vernaculaire. L'originalité – dans le sens moderniste de « faire nouveau » – cesse d'être le but. Parodie, pastiche et recyclage ironique de formes prolifèrent. L'objet postmoderne « problématise » le sens, offre de multiples points d'accès et se veut le plus ouvert possible à l'interprétation. »¹³⁹

Le point de vue de Rick Poynor est confirmé par Valérie Arrault, théorienne en socio-esthétique, bien qu'elle développe un point de vue plus global en ce qui concerne le domaine des arts. Elle observe :

« De nos jours il vaut mieux en prendre son parti et absorber les « déjà-vus », les reprises, pour en jouer sans complexe. En vertu de ces nouvelles règles du jeu, désormais régies par l'hyper-empirisme postmoderne, cohabitent à foison des pratiques singulières qui offrent toujours d'une manière ou d'une autre, et pour qui le veut, d'intéressantes expériences esthétiques personnelles. Elles sont alors exclusivement guidées aussi bien par un élan intime et individualisé que par un tempérament labile réagissant et s'adaptant au vent des événements, que par des opinions

¹³⁹ Rick POYNOR, *TRANSGRESSION, Graphisme et Postmodernisme*, traduit de l'anglais par Marie-Josèphe Levadoux, Paris, Pyramyd, 2003, p.11-12.

partiales assumées puisque subjectives ou par un choix esthétique à la carte comme le signale Gilles Lipovetsky, bref, par cette subjectivité exaltée dont le postmodernisme se fait un principe fondateur. Ce que doit accomplir l'art de l'âge postmoderne, ce n'est plus symboliser un ailleurs de lui-même, c'est produire des expériences qui suscitent des réactions émotionnelles personnalisées aussi deverses que divertissantes. [...] Ce mouvement de l'art tel qu'il se détourne de sa mission ancienne d'élévation de l'esprit ou de passeur d'utopie est un mouvement historique dont tout montre qu'il est irrépessible. Se déclarant élan de tolérance extrême de l'âge contemporain, il est particulièrement visible dans l'histoire de l'art de ce début de XXI^e siècle, tant s'y déploie avec obstination cette expérience de liberté d'autant plus recherchée qu'elle se manifeste aussi partout comme un désir universel. Et il vient de loin. Permanent dans le cours de cette histoire, il traverse les frontières communément admises entre l'humanisme des Lumières et la modernité au point d'en être consubstantiel. Il est le mouvement essentiel animant l'histoire de l'art et sa logique est le kitsch généralisé.

Il vaut alors la peine d'en observer quelques instants le trajet dans l'histoire de l'art tant il éclaire l'inéluctabilité de l'empire à venir du kitsch, chargé d'atteindre ce but de personnalisation et d'ouverture que n'ont pas voulu réaliser la tradition et la modernité. De plus loin qu'il soit dans les plis de l'histoire de l'art, on peut remarquer que l'espérance vers la liberté absolue n'a cessé de progressivement stimuler la créativité par la médiation des artistes jusqu'à devenir aujourd'hui le principal moteur de l'art contemporain. »¹⁴⁰

¹⁴⁰ Valérie ARRAULT, *L'Empire du Kitsch*, Paris, Klincksieck, 2010, p.121-122.

Sous cet angle, on considère que le design graphique chinois qui se développe depuis le début des années 1980 est stimulé par une esthétique bien plus englobante qui est l'esthétique postmoderne car conforme à l'esprit du temps planétaire dominant.

La Chine, dans la conservation de son système politique inchangé, est toujours présentée comme un pays qui a connu l'étouffoir, l'oppression, la dictature. L'imaginaire dans le design graphique chinois contemporain, tel qu'il se formalise dans l'aspiration postmoderne et conformément aux injonctions en honneur dans le libéralisme, tout est désir de désintringement des idéologies objectivistes et de desserrement des codes normatifs. L'époque se veut, on l'a dit, ouverte, tolérante, respectueuse des identités et de la diversité ; elle se présente comme antithèse de l'autoritarisme, des dogmes, des doctrines. Comme Valérie Arrault l'indique : « [...] comme s'accordent à le dire en chœur les postmodernes, elle se veut l'expression d'un affranchissement indéfiniment ouvert, soucieuse de ne plus se laisser enfermer dans des idées grandioses et finalement toujours décevantes comme l'a prouvé – dit-on – l'Histoire ¹⁴¹ ».

Par exemple, le graphiste Xu Wang a résumé sa pensée sous-jacente à trente ans de design par la notion qu'il nomme la « pensée subversive ». Lors de la conférence à la Biennale Internationale de Typographie *TYPOJANCHI 2011*, à Séoul, en Corée du Sud, il déclarait :

« Développer une « Pensée subversive » est très important pour un designer graphique. Pour sensibiliser à un projet de design graphique, nous avons souvent besoin de nous affranchir de la forme traditionnelle ou des limites de

¹⁴¹ *Idem.*, p.120.

fonctionnement originel d'un objet, et de l'envisager en liaison avec ses significations sociales et culturelles etc. »¹⁴²

Il s'en suivit une explosion de créativité plutôt dans le design graphique chinois dans les années 1990 avec une attitude pragmatique. Le design graphique chinois a assurément relevé les nouveaux défis qui se sont alors présentés à lui. Faire du nouveau, s'affranchir de la forme traditionnelle, a été une voie créative mais sans comprendre les significations profondes de cet engouement procuré par l'esthétique postmoderne.

C'est ce qui va être traité dans les sous-chapitres suivants afin d'évaluer les différents sensibilités artistiques dans le design graphique chinois contemporain. Le design graphique chinois englobe désormais une grande variété de possibilités stylistiques, allant de l'approche informelle inspirée par la langue vernaculaire – aimée pour son énergie et son antiprofessionnalisme – aux formes virtuoses des images virtuelles qui poussent la technologie graphique jusqu'à ses limites.

¹⁴² Contact personnel datant du 10 octobre 2011 par MSN avec Xu WANG, message personnel. Traduit du chinois par Dandan LU.

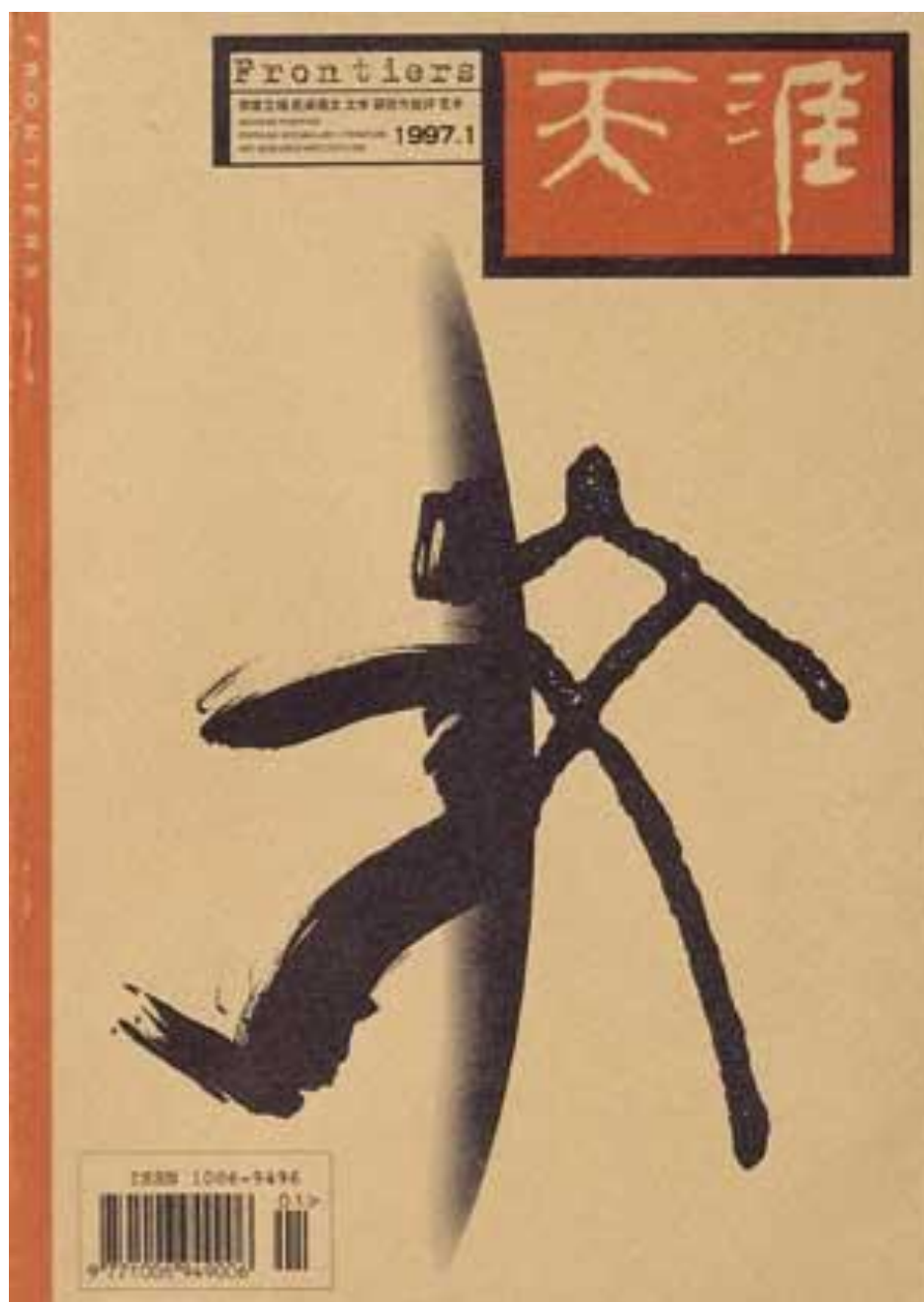
3. Des sensibilités sous-tendues par des valeurs différentes

a) L'identité chinoise contemporaine en proie à un graphisme stratégique

Grâce à la politique de réforme économique et d'ouverture commerciale internationale qui suivit un contexte d'extension économique globale, un vaste éventail d'affiches intellectuelles se déploya tout au long des années 1990, donnant lieu à une explication de la part chaque graphiste chinois dans laquelle l'approche de la pratique du graphisme livrait un aperçu des motivations qui sous-tendaient le travail concernant la « tradition » et la « modernité », « la volonté d'appartenance à la culture chinoise » et l'« occidentalisation ».

- PRATIQUES ENTRE « NATIONALISTE » ET « OCCIDENTALISTE »

Sur la scène artistique du design graphique chinois, Jiaying Han, premier président de l'ADGS (Association design graphic Shenzhen), et ancien élève de Shaohua Chen, à l'Académie des Beaux-arts de Xi'an dans les années 1980, se distingua constamment par sa volonté d'« occidentalisation », contrairement au style de Tai-keung KAN qui était pourtant en vogue en Chine. Jiaying Han prétendait construire un point de vue artistique à l'échelle planétaire occidentale dès lors qu'il estimait être l'unique avenir du design graphique chinois. Pour lui, il allait de soi qu'il fallait obligatoirement être intégré dans le circuit international et s'assujettir aux critères du monde de l'art occidental :



Jiaying HAN, couverture de la revue littéraire *Frontières* (*Tianya*)

N°. 1997.1, Shenzhen, 1997.

« Une réalité incontestable doit être reconnue : les pays occidentaux sont plus développés que la Chine, le design graphique occidental est donc logiquement plus fort que nous. Dans de nombreux cas, les critères occidentaux sont également des critères mondiaux, nous devons obligatoirement suivre leur exemple et nous assujettir à leurs critères. Sinon, nous ne pouvons pas dialoguer d'égal à égal avec eux, parce qu'ils ne comprennent pas profondément notre culture, ils nous respectent toujours dans une forme de vision exotique» ¹⁴³.

Les séries des couvertures des revues chinoises de littérature contemporaine *Frontières (Tianya)* étaient les œuvres graphiques les plus connues de Jiaying Han. Pour l'heure, commençons par analyser une de ses couvertures du numéro de janvier 1997.

Cette couverture est composée de deux moitiés coupées verticalement par une ligne courbe, réalisée à l'aide d'effets graphiques à l'informatique, marquant l'idée de frontière. A droite, on peut lire l'idéogramme chinois 文 (wen) ¹⁴⁴ composé avec une calligraphie antique appelée « petite sigillaire » (écriture chinoise mise au point au III^e siècle avant J.-C.). A gauche, une image graphique visuellement moins régulière, où se caractérise le « trait du pinceau », qui suggère l'idée d'un humain en train d'avancer et tendant un bras, comme s'il allait serrer la main à un interlocuteur. Il indique le sens des échanges culturels et littéraires et la nécessité pour l'homme d'aller vers autrui. De toute évidence, cette œuvre graphique exprime le point de vue « pro-occidental » de Jiaying Han,

¹⁴³ « Trois personnes parlent des critères d'un « design graphique réussi » (设计成功的标准三人谈 *sheji chenggong de biaozhun sanren tan*) », revue *Arts et Design* 艺术与设计, N°. 007, 1999, Beijing, p.46. Traduit du chinois par Dandan LU.

¹⁴⁴ Le sinogramme 文 *wen* désigne les lignes naturelles des veines de la pierre ou du bois, les caractères d'écriture et par extension : la culture et/ou la civilisation, mais il signifie également la « littérature ».

Tai-keung KAN, *L'eau* (en haut et gauche), *le Vent* (en haut et droit), *le Nuage* (en bas et gauche) et *la Montagne* (en bas et droit), quatre affiches de la série d'affiches thématiques *Passion for Words*, pour l'exposition *Taiwan Image* en 1995.



eu égard au contexte historique et social dans lequel il vit : une civilisation ancienne est en train d'ouvrir ses portes et continue à dialoguer avec le monde entier dans le cadre de la mondialisation.

Les œuvres de Jiaying Han ont bénéficié d'une renommée en Occident dans les années 1990 car elles furent exposées dans de grandes manifestations graphiques internationales : *Biennial International de Cartel en Mexico*, *Chaumont International Poster Festival*, *International Poster Triennial in Toyama*, *Bruno International Graphic Design Biennial*, *Helsinki International Poster Biennial*, etc.

Voyons maintenant le design graphique de Tai-keung Kan. Avec l'aide des associations de graphistes de Hongkong et Taïwan, des sections de design graphique apparurent en Chine populaire. Tai-keung Kan fut l'un des premiers graphistes hongkongais connu par des graphistes chinois depuis la fin des années 1970. Il fut souvent considéré comme un pionnier représentatif du graphisme nationaliste par ses œuvres graphiques du fait d'une expression picturale inspirée du « rythme spirituel ».

Tai-keung Kan, alors qu'il était né à Canton en 1942, habitait à Hongkong depuis son adolescence en raison d'un héritage familial. Il fut garçon tailleur dans sa jeunesse pendant dix ans, et peignit des lavis chinois avec son oncle à Hongkong. En 1966, Tai-keung Kan prit des cours de design graphique à l'Université Chinoise de Hongkong (CUHK) avec Wuxie Wang, qui lui-même fit des études de design graphique aux Etats-Unis. Il fit connaissance de l'expressionnisme occidental, du constructivisme du Bauhaus et de l'art contemporain américain. Durant les cinq premières années de sa vie professionnelle de design graphique, il travailla conformément au « style international » du Bauhaus dans un studio de design graphique

Tai-keung KAN, *La Montagne*, une des affiches de la série d'affiches thématiques *Passion for Words*, pour l'exposition *Taiwan Image* en 1995.



fondé par un jeune designer hongkongais revenu d'Allemagne.¹⁴⁵ Ses travaux issus du « style international » furent cependant supplantés par une expression « spirituelle », qui semblait lui avoir fait redécouvrir l'objet fondamental de la création picturale chinoise : « écrire une idée (写意 xieyi) », après le *Mouvement Chinois* de 1972 à 1974¹⁴⁶. L'identité visuelle s'appuyant sur l'expression picturale spirituelle, fut désormais considérée comme le « modèle national » du graphisme chinois avec le « style KAN ».

La série d'affiches thématiques *Passion for Words* (voir les illustrations de page 195), commandée pour l'exposition *Taiwan Image* en 1995, furent des œuvres caractéristiques de ce style. Elle comprenait quatre affiches avec différents titres : *la Montagne*, *L'eau*, *le Nuage* et *le Vent*. Le sujet portant sur « l'amour de l'écriture » exprimait une conception de l'esthétique classique chinoise selon laquelle la psychologie créatrice en dit plus sur les qualités intrinsèques de l'œuvre que sur les éléments objectifs de l'art.

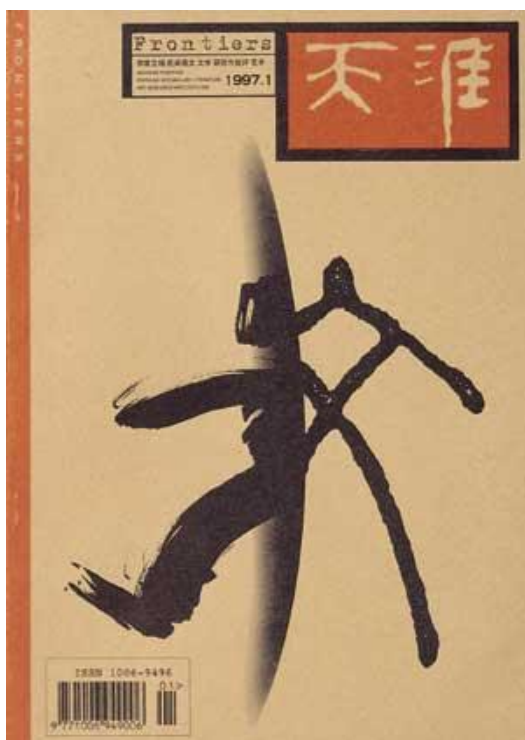
Par exemple, dans l'affiche intitulée *la Montagne* : l'idéogramme « montagne 山 » en style cursif propre à la calligraphie traditionnelle chinoise, avec beaucoup de nuances à l'encre de Chine, croise le pinceau posé sur son support. Ces deux derniers éléments sont photographiques, sur un fond uni blanc. Les typographies en haut à droite, en caractères chinois verticaux signifient : « La passion de

¹⁴⁵ Interview de KAN Tai-keung, par Peng SUN, Shantou, 3 avril 2006, in Peng SUN, 我的老师-靳埭强 *Wode laoshi JIN Daiqiang (Mon professeur – KAN Tai-keung)*, texte inédit, septembre 2010. Traduit du chinois par Dandan LU.

¹⁴⁶ Influencé par l'idéologie postmoderniste Occidentale dans les années 1960, le *Mouvement Chinois* (中文运动 *zhongwen yundong*) est un mouvement social anticolonialiste à Hongkong au cours des années 1970, il revendique que la langue chinoise redevienne la langue officielle de Hongkong, en luttant contre le gouvernement colonial britannique hongkongais.



Tai-keung KAN,
La Montagne,
une des affiches
de la série
d'affiches
thématiques
*Passion for
Words*, pour
l'exposition
Taiwan Image en
1995.



Jiaying HAN,
couverture de la
revue littéraire
Frontières
(*Tianya*)

N°. 1997.1,
Shenzhen, 1997.

l'écriture, entre la lettre et le pinceau, la gentillesse est imposante comme la montagne. » Les typographies en haut à gauche, composées de caractères chinois et anglais dans une composition inspirée du style international, indiquent le commanditaire de l'exposition *Taiwan Image 1995*. En bas, sont portés la date, le lieu d'exposition etc.

Les analyses des œuvres de Jiaying Han et de Tai-keung Kan permettent de constater qu'au niveau technique et visuel, on ne trouve aucune distinction marquant le conflit épistémologique des œuvres graphiques des deux auteurs cités, si on ne connaît pas les différences de positions sur le plan esthétique. Ces œuvres représentatives de deux sensibilités graphiques – nationaliste et occidentaliste – sont indéniablement ambivalentes et intuitives. On comprend certes qu'en dépit de leur occidentalisation, elles restent néanmoins profondément chinoises. Premièrement, il est difficile de nier leur « appartenance chinoise » du fait de la présence de certains signes extrêmement spécifiques, que l'on reconnaît au premier coup d'œil comme originaires de Chine. Le regard occidental les identifie immédiatement et en apprécie tout de suite l'étrangeté dépayssante. Sous cet angle, ces images sont résolument chinoises. Thierry Sartif, graphiste français, décrit de façon expressive, la réception qu'ont d'ailleurs eue les occidentaux, lors de l'exposition graphique *Signes de Chine* à Paris-Echirolles, en 1997:

« *Signes de Chine*, à Echirolles, avec la venue d'une forte délégation de graphistes, est non seulement une secousse visuelle, une émotion d'une qualité étrange, mais aussi celle du sens, pas seulement un problème de traduction. Mais que peuvent bien signifier ces couleurs, ces formes, où sont les clés des messages ? Quelles sont les intentions des auteurs ? Pourquoi ce jaune ? Pourquoi ce tigre ? Pourquoi cette natte ? Pourquoi, pourquoi ? Un lent travail avec des sinologues nous permet d'avancer avec prudence dans le cadre d'un faisceau

d'interprétations. Nous essayons non seulement de donner à voir, mais aussi à connaître pour comprendre. De longues discussions s'engagent sur le rapport entre tradition, modernité et exotisme »¹⁴⁷.

Deuxièmement, les mélanges d'expressions artistiques et esthétiques ainsi que les hybridations réalisées à l'aide d'outils graphiques s'avèrent conformes à ce que l'on sait de l'esprit du temps postmoderne en vigueur. Comme Valérie Arrault, spécialiste en art contemporain, l'observe :

« Tout se passe comme si le métissage de formes artistiques non occidentales avec des formes de la modernité occidentale était le procédé obligatoire pour permettre aux œuvres d'intégrer le circuit international. Incontestablement, ce métissage, s'il lui ouvre les portes de l'art légitime international, ne vient pas de profondeurs de l'imaginaire originel des civilisations s'y adonnant, mais est commandé par celui de l'Occident, et évidemment, par le mode de vie consumériste dont on sait qu'il n'est autre que l'« américain way of life ». A la lumière des programmes inédits d'exposition de l'année 2005 et sur ces quelques œuvres issues de pays nouvellement acquis au libéralisme (l'Inde, la Chine etc.), on a aperçu que l'idéologie du capitalisme transnational est plus qu'enclin à favoriser la construction d'un art lui-même transnational, faisant valoir, comme il en fut souvent dans l'histoire des formes, ce qu'on peut appeler, une homologie entre des structures idéologiques et des structures artistiques.

Est-ce si surprenant ? Pas tant qu'on pourrait le penser si on en reste à la superficie d'une lecture formaliste, tant il est vrai que

¹⁴⁷ Thierry SARFIS, « Une longue marche vers le graphisme », *Étapes: 108*, mai 2004, Pyramyd, p.36

les procédés de contamination idéologiques au service du pouvoir politico-économique sont repérés depuis longtemps et il est maintenant difficile de nier qu'ils interviennent dans les influences concourant à la diffusion de l'œuvre sinon à sa création. De ce fait, il serait dommage de les ignorer pour les éclairages à apporter à la compréhension de leur apparition, de leur succès ou même de leur invisibilité, pour celles qui ne parviennent à franchir les frontières de l'art légitime. Depuis les recherches, menées magistralement sur l'instrumentalisation de l'expressionnisme américain de l'art, qui ont contribué à dévoiler les rapports entre art et pouvoir dans le cadre du processus d'une propagande idéologique, il ne peut désormais qu'être légitime de douter de la pureté de l'autonomie du monde de l'art qu'il soit national ou international. »¹⁴⁸

Cette observation sur les procédés de contamination idéologique de l'art contemporain international de Valérie Arrault, s'applique également au design graphique chinois contemporain. Il semble, en effet, que les sensibilités « nationalistes » et/ou « occidentalistes » chinoises, s'appuient sur les valeurs idéologiques de l'économie libérale. D'une part, le métissage des images est réalisé à l'aide de différentes techniques artistiques, appelant aussi bien la calligraphie traditionnelle chinoise que la technique moderne (la photographie). L'ensemble étant recomposé par un logiciel graphique, compris comme un outil de production aux avantages pratiques non négligeables permettant l'expression d'une sensibilité actuelle. Preuve en est, le style de Tai-keung Kan fut rapidement accepté par le graphisme postmoderne occidental (notamment américain) à la fin des années 1980. Les contingences économiques et sociales

¹⁴⁸ Valérie ARRAULT, « Le pouvoir des critères artistiques occidentaux face à la mondialisation », in l'université des arts, *Arts et pouvoir*, Paris, Klincksieck, 2007, p.23-41.

Tai-keung KAN, *L'eau* (en haut et gauche), *le Vent* (en haut et droit), *le Nuage* (en bas et gauche) et *la Montagne* (en bas et droit), quatre affiches de la série d'affiches thématiques *Passion for Words*, pour l'exposition *Taiwan Image* en 1995.



accélèrent la réévaluation de la tradition et de la modernité de l'Occident, ce qui participe à l'avènement de la coexistence équilibrée entre tradition et postmodernité comme critère suprême du design graphique chinois, tout d'abord à Hongkong puis à Taïwan.

- L'IDENTITE CULTURELLE CHINOISE : CITATION ET REAPPROPRIATION

Continuons avec la série d'affiches *Passion for Words*, commandée pour l'exposition *Taiwan Image* en 1995. On remarquera que la calligraphie se fait à l'occasion baveuse, avouant une certaine prise de liberté avec le respect des règles traditionnelles. La conception de l'affiche de Taïwan basée sur un mixage de culture ancienne et contemporaine est visible par la surimpression choisie des techniques. Encore une fois, on peut vérifier que la peinture calligraphique se rapporte à la tradition chinoise, que la photographie témoigne de l'utilisation d'une technique moderne et que le montage numérique ne refuse pas la plus récente technologie. Comme on peut observer que la calligraphie, mise en honneur centralement, se fait le garant de l'identité chinoise traditionnelle, on peut également noter que l'affiche fait néanmoins état du besoin d'afficher un ancrage dans le monde contemporain, par une adjonction de la photographie d'un encrier, d'un pinceau et d'une pierre ancestrale etc. Hormis les techniques et la mise en œuvre graphique, le choix des éléments de l'affiche argument en faveur de l'idée que sa conception a été pensée, en premier lieu, comme étant celle qui allait être regardée par des

1995
TAIWAN 漢字
IMAGE



文字的力量
字如其人
萬物皆由
心造

Tai-keung
KAN, *La
Montagne*,
une des
affiches de
la série
d'affiches
thématiques
*Passion for
Words*, pour
l'exposition
*Taiwan
Image* en
1995.

Passion for Words
Chinese Character 山 Mountain 3 of 3
Well created by powerful brushstrokes
Implies strength and grace
mountain is a precious resource



Tai-keung
KAN, affiche
publicitaire
Bornfree,
*Paper Serie –
Walking Free*
(*Marche
librement*),
pour une
société de
papeterie
japonaise,
Japon, 1996.

étrangers. Il est aisé de comprendre que l'affiche *La Montagne*, cherche tout d'abord à être pédagogique dès lors que la photographie expose les outils qui permettent la réalisation de calligraphie, une des grandes traditions chinoises. A une première fonction qui a une valeur pédagogique et identificatoire, la calligraphie acquiert ici une seconde fonction d'ordre plus commercial.

Le touriste étranger en identifiant immédiatement la Chine (même Taïwan) par la reconnaissance immédiate des signes spécifiques de la culture traditionnelle chinoise montre que la calligraphie peut prendre également valeur de logo. Sa graphie unique sur un fond blanc associée à des objets photographiques se transforme ici en véritable logo. Logo d'une nation. Logo d'une civilisation. Or, si la symbolisation réductrice d'une civilisation à un logo ne peut nullement satisfaire l'esprit d'une Chine fière et irréductible, cette association à un logo renvoie à l'idée maîtresse que l'île de Taïwan, engagée dans le développement d'une économie de marché et d'un environnement concurrentiel, a pris le parti d'arborer, en 1995 à l'occasion d'une exposition internationale d'affiche, les signes d'une île relevant de la grande civilisation chinoise et ceux de sa puissance économique industrielle, lui permettant de se distinguer ainsi de toutes les autres puissances émergentes.

Un second exemple de Tai-keung Kan, l'affiche publicitaire *Bornfree, Paper Serie – Walking Free (Marche librement)*, créée en 1996, pour une société de papeterie japonaise. Sur un fond vert se distinguent deux sandales et deux traits en forme de « pas » faits en calligraphie cursive traditionnelle chinoise avec diverses nuances d'encre de Chine. Apparaissent en trois endroits des cimes de montagne évoquant le motif de la peinture de paysage traditionnelle. Des nuages zèbrent horizontalement l'espace de l'affiche avec des nuances plus claires se fondant dans un vert émeraude. Les deux tracés verticaux sont exécutés à l'encre de Chine, celui de droite



Tai-keung KAN,
La Montagne,
une des affiches
de la série
d'affiches
thématiques
*Passion for
Words*, pour
l'exposition
Taiwan Image en
1995.



Tai-keung KAN,
affiche
publicitaire
*Bornfree, Paper
Serie - Walking
Free (Marche
librement)*, pour
une société de
papeterie
japonaise, 1996,
Japon.

commence en haut avec une encre humide et se termine à l'encre sèche. Quant au tracé situé à gauche, il se dilue dans les nuages. Entre la cime des montagnes placée au bas de l'espace et la cime la plus haut, un chemin d'encre relie les montagnes. Une paire de sandales en paille est superposée sur ces deux traits calligraphiques. Nous comprenons facilement qu'il y a une aspiration spiritualiste taoïste immisée dans ces représentations illusionnistes de la nature, notamment dans la photographie de paysage. Pourtant, en comparaison avec les affiches thématiques *Passion for Words*, aucune différenciation n'existe du point de vue de la conception et de la réalisation entre ces deux productions graphiques dont les commanditaires étaient toutefois différents, sauf à quelques détails près.

Dans cette seconde affiche, la montagne photographiée supplante la montagne en lavis ou calligraphiée de l'affiche *Passion for Words*. Certes, la montagne est représentée, autrement dit, le symbole est maintenu mais la manière de la représenter a évolué. Cet exemple est assez significatif. Force est de constater en effet que le savoir-faire ancestral (en l'occurrence la peinture chinoise) peut céder le pas à la technologie. Ce changement de procédé, de technique et de mise en œuvre sont cependant loin d'être anecdotiques. On pourrait avancer l'idée que ce nouveau procédé technique (le fragment photographique de montagne) est un témoignage d'un courant actuel de penser selon lequel, certains designers seraient prêts à accepter de se séparer de la culture ancestrale tout en gardant les signes. Si on considère que la peinture chinoise contient en elle-même une partie de la philosophie chinoise traditionnelle taoïste nourrie de siècles d'apprentissage, de réflexion sur le sens de la vie etc., on peut comprendre qu'une partie des designers chinois aient des craintes d'abandon et qu'ils cherchent à réinvestir au sein de leurs œuvres la peinture traditionnelle chinoise.

Binhua HAN, *Hand in hand for China National Pavilion (Main dans la main pour le pavillon national de Chine)*, série d'affiches pour l'Exposition Universelle de Shanghai 2010, Shanghai, 2008. L'affiche « 中 Zhong » (le milieu) à gauche, et l'affiche « 国 guo » (le pays) à droit.



Cependant, on le sait, les affiches ne s'élaborent plus sur le mode traditionnel. Passés au mode industriel puis technologique, influencées par l'esthétique postmoderne transnationale, les nouvelles affiches intègrent la tradition chinoise en se la réappropriant sous forme de citation. Le design graphique contemporain et, qu'elles que soient les sensibilités philosophiques (nationaliste ou internationaliste) qui le constituent, signe son appartenance à l'esthétique postmoderne. Cette sensibilité est renforcée par le développement de l'« économie socialiste de marché » et de la « forme de socialisme aux caractéristiques chinoises » depuis les années 1990 dans la Chine populaire qui a évolué et favorisé une coalition nationale et a lancé la révolution économique.

En témoignent d'autres affiches faites lors de l'*Exposition Universelle de Shanghai* en 2010. Les deux affiches *Hand in hand for China National Pavilion (Main dans la main pour le pavillon national de Chine)*, ont été faites à l'occasion d'une demande de subvention pour le Pavillon national de la Chine et réalisées par un graphiste taïwanais, Binhua Han.

Deux idéogrammes chinois simplifiés¹⁴⁹, désignant le nom du pays (中国 zhongguo, la Chine ou l'Empire du Milieu), adaptent la structure de l'architecture traditionnelle chinoise utilisée pour l'édifice. Cette adaptation de l'idéogramme « 中 zhong » (le milieu) en rouge et « 国 guo » (le pays) en jaune orangé, exprime plastiquement l'homologie existante entre les structures culturelles de l'écriture et de l'architecture dans la tradition chinoise. La typographie située verticalement à droite de l'espace de l'affiche, en

¹⁴⁹ Les sinogrammes simplifiés ou caractères chinois simplifiés constituent l'une des deux écritures servant à transcrire les langues chinoises. Ils sont standardisés par le gouvernement de la République populaire de Chine au début des années 1950, opposés aux sinogrammes traditionnels (ou non-simplifiés) utilisés à Taïwan, Hongkong et Macao.

Binhua HAN, *Hand in hand for China National Pavilion (Main dans la main pour le pavillon national de Chine)*, série d'affiches pour l'Exposition Universelle de Shanghai 2010, Shanghai, 2008. L'affiche « 中 Zhong » (le milieu) à gauche, et l'affiche « 国 guo » (le pays) à droit.



langue anglaise, en police Helvetica, ou cette typographie suisse, se veut synonyme de mise en forme d'excellence, de clarté et de fonctionnalité. Les caractères chinois à l'horizontale en police Song, représentent une conservation fidèle de la tradition culturelle chinoise. Le graphiste a repris intentionnellement l'architecture du pavillon chinois car celle-ci évoquait très significativement le sinogramme et l'identité chinoise.

L'aspect extérieur du pavillon chinois traduit le thème de « la Chine propère, trésor de l'Orient, grenier du monde, peuple enrichi ». L'exposition, centrée sur l'idée maîtresse de « chercher », invite les visiteurs à marcher dans les trois espaces : « Trace de l'Orient », « Voyage de recherche » et « Avenir à bas carbone », pour trouver et sentir la sagesse chinoise dans le développement urbain au cours de la recherche. Ces éléments graphiques contribuent sans contradiction à donner l'image d'une Chine unifiée, moderne, active, scientifique, tournée vers l'avenir sans pour autant oublier son histoire.

Il importe de souligner combien ces affiches misent précisément sur ces deux aspects distincts qu'elle rend néanmoins complémentaires par leur surimpression. Ces affiches évoquent l'alliance de la noblesse ancestrale et du dynamisme industriel contemporain. Plus peut-être, car rien n'empêche de faire l'hypothèse que ces affiches, destinées aux étrangers, tentent de convaincre que la tradition est non seulement pas un handicap à l'ascension économique mais qu'elle en serait un atout, une force. Avec la tradition, les designers jouent habilement sur l'image de l'adhésion d'un peuple, sur la cohérence d'une culture fondée sur des millénaires de civilisation, capable d'accompagner et de soutenir la voie que ses dirigeants politiques et économiques ont choisie pour la Chine. Ces affiches aident à rappeler ce que le gouvernement chinois attend de ses compatriotes en réalisant une exposition aussi capitale sur le plan international. Par ailleurs, les citations, sous ses différentes



Shaohua CHEN, logo du *Beijing 2008 Candidate City*, 2001.

artistiques formes (architecture, écriture, objets traditionnels et calligraphie) remplissent pleinement leur fonction pédagogique. Pour un étranger, il est évident qu'il s'agit de la Chine, même s'il est incapable de comprendre les signes « 中 Zhong » et « 国 Guo ». De toute évidence, la conception de ces affiches a exigé de longs mois de travail et de réflexion, en raison des enjeux politiques, économiques tant vis-à-vis des chinois que des étrangers.

Un autre grand événement - les Jeux Olympiques de Pékin de 2008 – atteste également de cette stratégie de l'utilisation de la citation. Examinons le logo du *Beijing 2008 Candidate City* qui est une œuvre graphique très connue de Shaohua Chen. Au cours du travail de création du logo de *Beijing 2008 candidate city*, l'idée initiale du graphiste Shaohua Chen fut d'associer ensemble les anneaux Olympiques et les cinq étoiles du drapeau national de Chine, mais le résultat ne fut pas satisfaisant. Il eut donc l'idée d'évoquer un homme ayant l'air de faire du *Taichiquan* (un des arts martiaux taoïstes). Par la suite, d'aucuns ont dit que cela ressemblait à la forme du nœud traditionnel chinois qui apparaît sur tous les supports de communication, à l'occasion des vœux¹⁵⁰.

Rapellons-nous également l'événement historique de 2001, lorsque la ville de Pékin a été élue par le Comité International Olympique. Au moment de l'attribution ainsi que durant la préparation et le déroulement des Jeux, le choix du pays a été critiqué, par des hommes politiques et des organisations non gouvernementales, rappelant les problèmes des droits de l'Homme et de la censure en Chine. Face aux interrogations et critiques internationales, ce logo

¹⁵⁰Shaohua CHEN, *Le design graphique chinois qui avait ignoré des problèmes de la Chine* (《忽略中国问题的“中国设计” Hulue Zhongguo Wenti de Zhongguo Sheji》), texte inédit, septembre 2011, disponible sur : http://blog.sina.com.cn/s/blog_4a4473a80100yxkn.html. Traduit du chinois par Dandan LU.

témoigne de l'obstination des dirigeants chinois de ne pas vouloir politiser les jeux olympiques. On peut vérifier encore une fois que les signes populaires (le nœud chinois, le *Taijiquan*) figurent dans ce logo sous forme de citation, jusqu'à lui-même devenir logo de la civilisation chinoise. En même temps, il voudrait représenter les valeurs de la liberté dites « occidentales » qui sont également présentes dans les modèles traditionnels chinois comme la paix, l'harmonie et le bonheur.

Tant d'enjeux condensés par la citation de signes traditionnels auraient-ils pu avoir été pensés de manière non stratégique ?

- SHAOHUA CHEN : UN DESIGNER GRAPHIQUE NATIONALISTE LIBERAL

Quelquefois, l'attitude nationaliste créative de Shaohua Chen se fait différente des deux autres sensibilités susmentionnées. La volonté d'« occidentalisation » de Jiaying Han et le « nationalisme » de Tai-keung Kan sont remis en cause par Shaohua Chen. Ce dernier critique, en effet, le point de vue de son ancien élève, Jiaying Han, car il pense que celui-ci ignore les différences qui existent entre l'esthétique et l'articulation avec les mentalités spécifiques à la Chine et à l'Occident. Un dialogue répondant uniquement aux normes occidentales n'est pas un véritable dialogue, il est seulement conforme aux critères de sélection des manifestations graphiques internationales. Pour lui, une œuvre graphique qui n'est pas, quant à elle, acceptée par l'Occident mais est appréciée par les chinois, peut tout de même être une œuvre de qualité.

Par ailleurs, Shaohua Chen considère que les œuvres graphiques qui mélangent les formes artistiques chinoises avec des formes issues de la modernité occidentale pour manifester la « nationalité » chinoise, sont tout aussi erronées. Le rôle du graphisme chinois est par essence de représenter la « nationalité » chinoise induite par les manières de penser et les spécificités culturelles. La définition d'un graphisme chinois érigeant les caractéristiques de la culture chinoise en tant qu'objectif, confond la cause et l'effet. Pour Shaohua Chen, en se débarrassant du carcan d'une pensée trop réductrice, la création d'une nouvelle identité visuelle et l'affirmation des valeurs de la création individuelle et des personnalités capables deviennent les objectifs suprêmes du design graphique. Il déclare :

« Il me semble que le plus important doit être de se poser ces deux questions : Qu'est-ce que le 'Design Graphique' ? Comment le design graphique peut-il résoudre un grand nombre de vrais 'problèmes en Chine' ? Si chacun de nos concepteurs est capable de faire vraiment un bon travail sur le terrain pour résoudre tous les problèmes, le design graphique chinois sera alors naturellement 'chinois'.

La création dans le design graphique transmet des messages et les expériences esthétiques du concepteur pour le regardeur, en énonçant en substance la question ou l'objet. Ce genre ne peut pas se limiter à une quelconque idée de nation ou de race. Par contre, nous pouvons recueillir différentes interprétations esthétiques ou culturelles concernant nos créations. Ces différences conduisent à des différenciations dans le champ du design graphique. Je pense qu'il n'existe pas de définition

Shaohua CHEN, *Le vert provient de vos mains*, Prix d'Or de 6^{ème}
Exposition Nationale des Beaux-arts, Beijing, 1984.



présupposée ou de style déterminé par une culture à sa naissance.»¹⁵¹

Au fur et à mesure de la réhabilitation des professeurs et des intellectuels abattus par les « gardes rouges » et ceux reconvertis dans les campagnes parce que « coupables d'idées contre-révolutionnaires » sous les titres de « sommités académiques réactionnaires de la bourgeoisie » et/ou de « monarchistes de la bourgeoisie »¹⁵² pendant la Révolution Culturelle, les valeurs traditionnelles et les nouveautés en provenance de l'Occident ont été réévaluées à partir des années 1980. Le Prix d'Or officiel de l'affiche *Le vert provient de vos mains*, témoigne indéniablement de la réhabilitation du formalisme, héritant des richesses de l'esthétique des pères fondateurs de la première République. Un très court silence a suivi les *Evènements de Tian'an men* en 1989, puis le design graphique chinois a émergé de nouveau dans les années 1990 : au

¹⁵¹ Shaohua CHEN, *Le design graphique chinois qui avait ignoré des problèmes de la Chine* (《忽略中国问题的“中国设计” Hulue Zhongguo Wenti de Zhongguo Sheji》), texte inédit, septembre 2011, traduit du chinois par Dandan LU, disponible sur : http://blog.sina.com.cn/s/blog_4a4473a80100yxkn.html.

¹⁵² En 1966, Mao Zedong rédigé un projet de loi concernant les « décisions sur la grande révolution culturelle prolétarienne » : « *La grande révolution culturelle prolétarienne vise à liquider l'idéologie bourgeoise, à implanter l'idéologie prolétarienne, à transformer l'homme dans ce qu'il a de plus profond, à réaliser sa révolution idéologique, à extirper les racines du révisionnisme, à consolider et à développer le système socialiste. Nous devons abattre les responsables du Parti engagés dans la voie capitaliste. Nous devons abattre les sommités académiques réactionnaires de la bourgeoisie et tous les "monarchistes" bourgeois. Nous devons nous opposer à tous les actes de répression contre la révolution. Nous devons liquider tous les génies malfaisants. Nous devons extirper énergiquement la pensée, la culture, les mœurs et coutumes anciennes de toutes les classes exploiteuses. Nous devons réformer toutes les parties de la superstructure qui ne correspondent pas à la base économique du socialisme. Nous devons purger la terre de toute la vermine et balayer tous les obstacles !* »

style naturaliste du réalisme-socialiste, empreint de détermination, répondait l'efficacité de l'esthétique formaliste¹⁵³.

Shaohua Chen, graphiste représentatif de Shenzhen, est issu du premier groupe d'étudiants diplômés en arts appliqués et décoratifs de la *Central Academy of Crafts Art* après la Révolution Culturelle de 1982. Avant ses études supérieures à Pékin, il rencontra beaucoup de professeurs et d'intellectuels lorsqu'il travaillait à la campagne durant la période d'agitation de Révolution Culturelle des années 1960. Il étudia les Arts décoratifs à l'Académie des Beaux-arts de Xi'an de 1972 à 1975 et exerça en tant que directeur artistique au Musée de Shaanxi de 1975 à 1978. Il fut fortement influencé par ses professeurs qui enseignaient le formalisme, comme Wenjiang Fan, Guanzhong Wu etc., ainsi que par la riche culture traditionnelle de sa ville natale - Xi'an. Après son diplôme, il retourna à Xi'an, enseigner à l'Académie des Beaux-arts de Xi'an où il tenta une réforme pédagogique qui avorta dans les années 1980. Il descendit à Shenzhen à la fin des années 1980 et fut membre du comité d'organisation de l'exposition *92' Graphic Design in China* et de l'AGDS.

¹⁵³ Dans les années 1930, les théoriciens artistiques se livraient à la critique du formalisme. Le formalisme était présenté comme étant incapable de satisfaire les goûts du public et caractérisé par sa présumée absence de signification. Par exemple, Zikai FENG définit cette tendance artistique avec le cubisme et l'abstraction d'un Kandinsky qu'il qualifie « d'Ecole compositionniste ». (Référence à l'ouvrage de Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise L'épreuve de l'Occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p.56.) A la fin des années 1970 et les années 1980, les artistes et les théoriciens artistiques chinois ont débattu sans cesse à propos des problèmes de « forme » de l'œuvre artistique et de son contenu. Les formalistes considéraient la forme de l'œuvre comme plus importante que son contenu (notamment les significations iconographiques). Ils s'opposaient à l'esthétique du « réalisme-socialiste » et couraient après le critère artistique dit « l'esthétique de la forme 形式美 (xingshimei) » en réévaluant l'esthétique traditionnelle chinoise lettrée : le « Rythme Spirituel » et les arts occidentaux de l'abstraction, comme le cubisme, de Kandinsky, des fauves et des courants artistiques d'Avant-garde. Dans le domaine des arts plastiques, l'œuvre la plus représentative de cette sensibilité fut une des fresques de l'Aéroport de Pékin, intitulée *La Fête de l'eau – Louange de la vie*, réalisée par Yunsheng YUAN en 1979 (en taille 27m x3.4m). L'œuvre formaliste des arts graphiques fut présentée par l'affiche de Shaohua CHEN, *Le vert provient de vos mains* (1984).

Shaohua CHEN,
Le départ (《起步
Qibu》), affiche
 thématique de
 l'exposition 92'
*Design Graphique
 en Chine*,
 Shenzhen, 1992.



Les mutations idéologiques et visuelles en Chine, en faveur de l'économie de marché sont d'ores et déjà inscrites dans l'affiche thématique de l'exposition 92' *Graphic Design in China*, qui s'est déroulée à Shenzhen, intitulée, *Le départ*, créée par Shaohua Chen. Celle-ci fait état d'une représentation en plein centre de deux jambes humaines tronquées, entrelacées sur un fond jaune uni. La jambe de couleur noir est habillée en tenue occidentale - un pantalon avec un soulier de cuir – tandis que l'autre est habillée en tenue chinoise - un pantalon brodé laissant découvrir une botte traditionnelle chinoise. Les deux, bien que plastiquement et culturellement différentes, marchent de concert dans le sens de la droite de l'affiche, l'une derrière l'autre. Insistons pour préciser que la jambe symbole de la Chine précède néanmoins la jambe occidentale. Selon l'explication de Shaohua Chen, la couleur jaune du fond a été choisie pour faire référence à la Bannière (armée) Jaune orthodoxe (une des trois « Bannières Supérieures »¹⁵⁴ qui recevait directement les ordres de l'empereur mandchou). L'utilisation d'une couleur traditionnelle, légitime et noble, relative à l'histoire culturelle de la Chine est ici très clairement affirmée. Shaohua Chen revendique sans conteste son identité culturelle par ce choix chromatique et les quelques éléments iconiques relevant de la Chine traditionnelle. Mais cela ne saurait suffire. Cette affiche cherche à exprimer également un point de vue politique. Voici ce que l'auteur en écrivait : « J'ai choisi de mettre en

¹⁵⁴ La dernière Dynastie chinoise des Qing (1644-1912) fut fondée par des Mandchous, qui ne représentent plus qu'une minorité ethnique en Chine de nos jours. Les nobles mandchous étaient appelés « Personnes des Huit Bannières ». Les « Huit Bannières » étaient les armées de la confédération mandchoue, et des divisions administratives dans lesquelles toutes les familles mandchoues se trouvaient réparties. Une hiérarchie s'était mise en place entre les « Huit Bannières », avec trois « Bannières supérieures » (les deux Bannières jaunes et la Bannière Blanche Unie) qui prenaient leurs ordres directement de l'empereur, et les cinq « Bannières inférieures » commandée par les princes impériaux. La « Bannière Jaune orthodoxe » était la Bannière de l'empereur des Qing.

Shaohua CHEN, *Le départ* (《起步 Qibu》), affiche thématique de l'exposition 92' *Design Graphique en Chine*, Shenzhen, 1992.



évidence cette direction vers la droite, selon le sens de la marche, car nous sommes à gauche depuis trop longtemps»¹⁵⁵. Les espaces culturels chromatiques respectifs et distincts ainsi que les jambes entrelacées transcrivent avec limpidité le nouveau pacte, la nouvelle alliance artistique, culturelle, politico-économique de la Chine au moment de cette exposition de 1992. Comme l'indique le souvenir de Shaohua Chen: « actuellement, une situation contradictoire mélange la tradition et la modernité, la culture locale et la culture étrangère, l'Orient et l'Occident ».

Cela étant, cette affiche révèle néanmoins une posture bien différente des rapports précédents de la Chine et de l'Occident, si on la compare aux affiches du début du XX^e siècle. La jambe vêtue de signes chinois (polychromatiques) placée devant la jambe symbolique de l'Occident (en noir) cherche à signifier que la Chine serait devenue dynamique, conquérante, tournée vers l'avenir car c'est elle qui ouvre la marche et est en tête du marché. Elle devance, ici, l'Occident, suggérant une vérité à qui aurait oublié que la Chine est la première productrice du monde. Tout en valorisant la capacité industrielle et économique de la Chine, on notera que la jambe la symbolisant ne renie pas la tradition. Bien au contraire, le designer Shaohua Chen, en s'évertuant à reprendre les imageries populaires des estampes traditionnelles, tisse le lien symbolique avec le monde contemporain.

Il est intéressant de voir que le point de vue nationaliste de Shaohua Chen rappelle les discours nationalistes des années 1930 dont ceux de Zikai Feng. En comparaison des théories esthétiques de Zikai Feng, la supériorité de l'art chinois existe pour Shaohua Chen et l'attitude kémaliste a été supplée par un renouveau nationaliste. Comme l'observation de Samuel Huntington :

¹⁵⁵ Interview de Shaohua CHEN dans le *Journal du commerce de Shenzhen*, le 19/06/2008. Traduit du chinois par Dandan LU.

« Depuis des siècles, les peuples non occidentaux envient la prospérité économique, la sophistication technologique, la puissance militaire et la cohésion politique des sociétés occidentales. Ils recherchent le secret de ce succès dans les valeurs et les institutions occidentales. Et quand ils croient trouver la clé, ils tentent de l'utiliser. Pour devenir riche et puissant, il faudrait devenir comme l'Occident. Aujourd'hui, cependant, cette attitude kémaliste a disparu en Extrême-Orient. Les Extrême-Orientaux attribuent leur réussite économique non aux emprunts à la culture occidentale mais à leur adhésion à leur propre culture. Ils réussissent, pensent-ils, parce qu'ils sont différents des Occidentaux. De même, lorsque des sociétés non occidentales se sont senties en position de faiblesse vis-à-vis de l'Occident, elles en ont appelé aux valeurs occidentales d'autodétermination, de libéralisme, de démocratie et d'indépendance pour justifier leur opposition à la domination occidentale. Aujourd'hui qu'elles sont de plus en plus fortes, elles n'hésitent pas à attaquer ces mêmes valeurs dont elles se sont servies auparavant dans leur propre intérêt. La révolte contre l'Occident trouvait à l'origine sa justification dans l'affirmation selon laquelle les valeurs occidentales étaient universelles ; elle est désormais légitimée par l'affirmation selon laquelle les valeurs non occidentales seraient supérieures. »¹⁵⁶

¹⁵⁶ Samuel HUNTINGTON, *Le Choc des civilisations*, Traduit de l'anglais par J-L. Fidel et G. Joublain, P. Jorland, J-L. Pédussaud, Paris, Odile Jacob, 2000, p.127

- LA TRADITION CHINOISE COMME FONCTION THERAPEUTIQUE

Paradoxe ment, on peut sentir que les graphistes chinois (notamment le sensibilité nationaliste) craignent qu'un jour la suprématie de l'identité graphique occidentale l'emporte sur l'identité graphique chinoise malgré le fait que les décideurs politiques soient encore aujourd'hui très attachés à faire valoir l'ancrage culturel spécifique de la civilisation chinoise, c'est-à-dire au sens de ce qu'elle peut représenter d'attirant et de fédérateur pour un chinois. En témoigne l'inquiétude de Shengzhong Lv, artiste chinois contemporain spécialisé en arts traditionnels et populaires, qui écrit dans la préface de son ouvrage intitulé *Au revoir la tradition* :

« Depuis ma première recherche artistique à la campagne, je n'ai pensé jamais au mot « au revoir ». Une fois, j'ai rêvé que la tradition m'accompagnerait toujours. Aujourd'hui, une dizaine années ont passé, je feuillète mes notes et mes photos, et je comprends soudainement les fois où j'ai abandonné et ai dit « au revoir » à la tradition à cause des progrès très rapides de la modernisation. [...] Une mission historique favorable au principe d'« hériter de la tradition » est une recommandation de la mère et une flamme éternelle véhiculée par le professeur. Aujourd'hui, je sens que la recommandation est de plus en plus éclatante, mais que la flamme est de plus en plus faible. Mon corps et mon esprit solitaire endurent une grande pression, car je ne pourrai pas l'éteindre dans mes mains. »¹⁵⁷

¹⁵⁷ Shengzhong LV, *Au-revoir, La tradition* 《再见传统 (zaijian chuantong)》, résumé dans la dernière page de couverture, Vol. I à IV, Beijing, SDX Joint Publishing Company 生活·读书·新知三联书店, 2004. Traduit du chinois par Dandan LU.

La tradition chinoise étant si fortement désirée mais si aisément supplantée, à la fois, qu'on en déduit que la tradition chinoise pourrait endosser une fonction thérapeutique de compensation face à une société qui connaît moult bouleversements. L'ambivalence, entre le désir de tradition et le désir encore plus fort de modernité, qui réside si fortement dans les affiches, invite à se souvenir du point de vue psychanalytique développé par Freud à propos de l'ambivalence. Rappelons que le psychanalyste considère les figures parentales comme étant à la fois des objets d'amour et de rivalité, introduisant l'ambivalence dans le processus d'identification. Il en est même venu à préciser que : « L'identification est d'ailleurs ambivalente dès le début ¹⁵⁸ ». Sous cet angle, et si on partage l'idée que l'identité se fait par identification aux objets perçus, on peut se rendre compte que l'identité culturelle traditionnelle chinoise, insérée littéralement ou métaphoriquement dans les affiches les plus récentes, contribue paradoxalement à l'adaptation des esprits et aux exigences de ce profond mouvement historique. Mais qu'à la fois, cette tradition peut constituer autant de défenses contre le processus de « castration » symbolique et peut jouer un rôle critique dans les racines de l'anti-mondialisation. Comme l'observe, en effet, Rainier Lanselle, professeur en psychanalyse :

« La « tradition », surtout quand elle est imaginarisée, c'est-à-dire parée de promesses, autrement dit qu'elle tient lieu de fantasme, permettra d'opposer aux exigences de l'analyse toutes sortes de « oui mais », qui constitueront autant de défenses contre le processus de « castration » symbolique. Ainsi entend t-on, lit-on, quelquefois, que la tradition chinoise a constitué toutes sortes de « techniques »,

¹⁵⁸ Sigmund Freud, *Psychologie des foules et analyses du Moi*, in *Essais de psychanalyse*, Paris, Payot, 1981, p.167.

d' « arts » aux effets curatifs ou thérapeutiques, qui ont témoigné d'une connaissance innée de l'inconscient. » ¹⁵⁹

Rainier Lanselle poursuit son analyse :

« Que la tradition ait une connaissance innée de l'inconscient, encore heureux, mais une connaissance de cet ordre ne signifie pas nécessairement, loin s'en faut, un « savoir », de nature scientifique, « sur » l'inconscient. Or, la tradition peut être précisément requise quand il s'agit d'apporter du « phallus », c'est-à-dire quelque chose qui soit de l'ordre d'un non-savoir pour le sujet individuel, ce qui est justement la mission première d'un « savoir collectif ». » ¹⁶⁰

On peut également observer que les graphistes chinois sont souvent très sensibles à ce que les chinois vivent au quotidien. En prise directe avec la réalité quotidienne, avec la réalité sociale, avec la réalité médiatique, avec la réalité commerciale, ne seraient-ils pas les plus à même de repérer les traumatismes mais également l'engouement provoqués par ces changements de modes de vie et de penser ? Comment ne pas prendre en considération les transformations urbanistiques des mégapoles, les modes de vie (organisation du travail, accélération des cadences, modes de fabrication), la production par un commerce développé à grande échelle, les modes vestimentaires, le tourisme ? Comment ne pas mesurer que l'évolution des mentalités risque d'enregistrer un recul des traditions dans toutes les structures de la société contemporaine chinoise ?

¹⁵⁹ Rainier Lanselle, « Le sujet chinois dans la demande de la psychanalyse », in Frédéric WANG (dir.) *Le Choix de la Chine d'aujourd'hui entre la tradition et l'Occident*, Paris, édition les Indes Savantes, 2009, p.26.

¹⁶⁰ *Idem.*

Il est intéressant de comparer le design graphique contemporain chinois avec l'architecture dans des grandes métropoles chinoises. Il est indiscutable que l'architecture fonctionnaliste moderne souvent appelée « style international » (d'origine occidentale) aurait pu s'imposer comme modèle faisant disparaître la tradition architecturale locale chinoise. Les récentes constructions architecturales et urbanistiques démontrent néanmoins que la tradition architecturale locale chinoise ne pouvait plus répondre aux exigences imposées par le choix économique fait par la Chine depuis trente ans. Le commerce a besoin de nombreux espaces de bureau pour abriter un secteur tertiaire en développement (l'administration, la gestion, la banque, les hôtels) qui soit concentré pour la facilité des échanges. Comme dans toutes les mégapoles, la gestion de l'espace devient un objet en lien étroit avec les choix politiques et économiques. Le choix de tours verticales très hautes (buildings) est une réponse adaptée au libéralisme. Ce qui n'empêche pas les décideurs politiques chinois de tenir à préserver des symboles identitaires, par exemple, le pavillon chinois de l'exposition universelle 2010 de Shanghai.

Il serait erroné de croire que le modèle économique libéral va enrayer jusqu'à dissoudre l'identité culturelle chinoise. Même si la nouvelle bourgeoisie chinoise libérale, heureuse bénéficiaire des retombées financières, se révèle friande des apports culturels et des produits occidentaux les plus récents et, de ce point de vue, se montre sans doute la plus classe sociale la plus émancipée des traditions, en revanche les dirigeants politiques de la Chine communiste et libérale s'appuient sur la tradition culturelle chinoise pour mener à bien leur politique. Non parce que les dirigeants politiques soient sensibles à la noblesse et à la sagesse d'une culture qui a su traverser les siècles sans s'altérer mais parce que l'identité chinoise forme un socle unifiant au fondement de l'esprit national. Lequel esprit, qui, parce qu'il cimente les diverses fractions sociales,

sans qu'elles en aient claire conscience, s'avère être encore un moyen de domination pour neutraliser les tentatives de rébellion contre la nouvelle bourgeoisie. User de signes traditionnels dans des constructions publiques les plus contemporaines qui soient, du point de vue des matériaux et de la mise en oeuvre, c'est s'assurer de la fierté d'un peuple et de sa cohésion sociale.

Sous cet angle politique, l'utilisation de la tradition dans le design graphique chinois contemporain, comme Valérie Arrault l'indique en s'attardant sur la logique de kistch en vue de satisfaire à la société de consommation ¹⁶¹, « contribue à l'adaptation des esprits et aux exigences du profond mouvement historique qui cherche à s'accomplir plus ou moins confusément sous les traits du libéralisme ».

Il se dégage, au terme de cette analyse, que l'utilisation de la tradition chinoise aurait une fonction stratégique au sein du design graphique chinois contemporain, comme d'ailleurs le préconise l'article intitulé *Ne pas trop flatter la culture traditionnelle* dans le journal du gouvernement communiste chinois « *Huanqiu Shibao* 环球时报 », bien que cet article socio-politique n'ait pas évoqué évidemment le design graphique, il enjoint cependant à : « hériter et déployer la tradition dans les cibles utilitaires. » ¹⁶²

¹⁶¹ Valérie ARRAULT, *l'Empire du Kistch*, Paris, Klincksieck, 2010, p.273.

¹⁶² Boyuan XU, « Ne pas trop flatter la culture traditionnelle » (« 别把传统捧得太高 *bie ba chuantong pengde taigao* »), *Huanqiu Shibao* 环球时报, le 13 juin 2006, p. 13. Traduit du chinois par Dandan LU.

b) Des œuvres graphiques critiques

Souvent, dans un pays qui a connu l'étouffoir, on assiste à une effervescence culturelle, une multiplication des lieux de création, un essor des productions. Il n'est donc pas étonnant qu'il existe pléthore de sensibilités de design graphique dans la Chine contemporaine. Quand les sensibilités graphiques susmentionnées (nationaliste ou internationaliste) s'enfoncent dans l'utilisation stratégique de la tradition pour des enjeux politico-économiques, à rebours, un autre genre de design graphique chinois témoigne des mutations de la transformation de l'identité culturelle chinoise mais en y insérant une dimension critique.

Il semble que ces designers ne veulent ni servir une cible unique de propagande politique comme à l'époque maoïste, ni être comme les complices de l'essor fulgurant de culte du logo, au point de paraître presque totalement insensibles aux maux du consumérisme comme dans les années 1990. Comparés aux sensibilités artistiques précédentes, les designers graphiques de cette catégorie sont plus subjectivistes, responsables et personnels.

Xu WANG, *60th Anniversary of Hiroshima 広島 and Nagasaki 長崎 Atomic Bombing*, création d'affiche, Ogaki Poster Museum, Japon, 2005.



- XU WANG : L'EXEMPLE D'UN DESIGNER GRAPHIQUE
HUMANISTE METAPHYSIQUE

Xu Wang est un designer graphique représentatif, apparemment toujours mal compris par les experts (les sinologues, les graphistes etc.) étrangers. Il est né en 1955 à Canton, Il est diplômé du département graphique de l'Académie des beaux-arts de Guangzhou (Canton) en 1979. Après avoir obtenu son diplôme, il a travaillé dans une entreprise d'importation et d'exportation d'Etat. De 1986 à 1995, il était graphiste et, à la fois, éditeur de la revue *Design Exchange* à Hongkong où il a rencontré le graphiste austro-américain Henry Steiner, élève de Paul Rand¹⁶³.

Xu Wang ne s'intéresse pas à la question de la « nationalité » chinoise. Vis-à-vis des propositions d'« Occidentalisation » ou de nationalisme, il n'exprime la plupart du temps aucune tendance particulière, même s'il a conçu le graphisme de nombreux livres et est l'auteur d'affiches où le noir et blanc, la calligraphie chinoise et l'encre de chine s'imposent. Il dit toujours : « Je suis un graphiste et mes œuvres graphiques parlent de mon point de vue ».

L'affiche *60th Anniversary of Hiroshima and Nagasaki Atomic Bombing* est une des affiches les plus importantes de Xu Wang. En 2005, il fut invité à créer une affiche pour un musée japonais « Ogaki Poster Museum » pour le 60^e anniversaire de la bombe atomique à

¹⁶³ Paul RAND (1914-1996) est un des plus célèbres graphistes américains. On lui doit notamment de nombreux logos d'entreprises, mais aussi des affiches et des livres pour enfants. Son parcours artistique se fit à New York au Pratt Institute de 1929 à 1932, puis à Parsons The New School for Design en 1932-1933, et à l'Art Students League of New York en 1933-1934. Il fut à l'origine du « style suisse » couramment appelé style typographique international ou style international.

Xu WANG, présentation des étapes de création de l'œuvre graphique
« 60th Anniversary of Hiroshima and Nagasaki Atomic Bombing »,
Guangzhou, 2005.

The incomplete characters

In 2005, I was invited by Ogaki Poster Museum (Japan) to design works for the "60th Anniversary of Hiroshima and Nagasaki Atomic Bombing".

In design of the posters, I used the incomplete Kanji characters of Hiroshima and Nagasaki to express my idea. When recalling the moment the bombing happened, I would feel hopeless and terror - the beautiful cities were turned to scorched earth in a second. I used the incomplete characters to express my feeling.

It is also the first time for me to use incomplete characters to express my idea in poster design.



Anciens caractères chinois incomplets sur des stèles du
Musée Beilin de Xi'an en Chine.



Hiroshima et Nagasaki. Le commanditaire demandait seulement qu'il accepte de réaliser ses travaux avec une finalisation comprenant la transmission et l'impression par fax en taille A4. Xu Wang réalisa cette œuvre graphique avec quatre caractères incomplets *Kanji*¹⁶⁴ : Hiroshima (広島) et Nagasaki (長崎), avec soixante papiers feuilles A4 collées, numérotées à la suite, et à télécopier durant un peu plus d'une heure. Son idée initiale était nourrie par les caractères incomplets présents sur des stèles ayant connu mille ans d'histoire, situées au Musée Beilin de Xi'an¹⁶⁵.

Lors de la conférence à la Biennale internationale de typographie *TYPOJANCHI 2011* à Séoul en Corée du Sud, Xu Wang a présenté cette œuvre graphique qu'il a inscrit dans une de ses thématiques de travail qu'il nomme la « pensée subversive » :

« Pendant le processus de création, j'ai dépassé deux fois les limites fixées par le commanditaire : au niveau de la taille de l'œuvre, je n'ai pas limité mon idée au format du papier A4, au contraire, cette limite devient un élément intéressant pour réaliser mon travail. Et également au niveau de la forme de l'affiche, c'est la première fois que j'utilise ce mode d'expression : les feuilles A4 numérotées pour le collage, à télécopier pour une durée de plus d'une heure. C'est aussi la première fois que j'utilise le caractère incomplet auquel je me suis intéressé assez tôt par rapport à mon idée pour cette affiche, cela arrive rarement. Heureusement, le commanditaire

¹⁶⁴ Les *Kanjis* sont les caractères chinois (ou sinogrammes) utilisés en langue japonaise.

¹⁶⁵ *Musée Beilin de Xi'an* ou la *Forêt de stèles* (西安碑林 Xi'an Beilin) est un musée d'histoire, fondée sur le rassemblement des stèles et des sculptures de pierre situées à Xi'an.

Xu WANG, avec son assistant, est en train d'exercer l'assemblage d'images pour la réalisation de l'œuvre graphique *60th Anniversary of Hiroshima and Nagasaki Atomic Bombing*.



Xu WANG, *60th Anniversary of Hiroshima 広島 and Nagasaki 長崎 Atomic Bombing*, création d'affiche, Ogaki Poster Museum, Japon, 2005.



a été très satisfait de cette œuvre, et l'a bien mise en évidence dans l'exposition. »¹⁶⁶

« En fait, en pensant au moment de l'explosion de la bombe, je me sentais désespéré et terrifié – les belles villes ont été désertées en une seconde. J'ai eu un sentiment tout aussi intense quand j'ai vu les caractères incomplets. En plus, le noir et blanc induit par le mode d'impression (le fax) correspond parfaitement à mon intuition, à ma réflexion sur l'écologie et à l'effet du choc visuel. »¹⁶⁷

Cette affiche subjectiviste et métaphysique exprime précisément l'idée du graphiste qui transmet sa propre sensibilité. Elle témoigne que Xu WANG a affranchi sa création des limites du format de la commande tout en convoquant le problème mondial de la suprématie nucléaire, dans une attitude de critique sociale, écologiste et humaniste. Elle représente un fort contraste du point de vue de la dimension temporelle, entre les caractères incomplets des stèles, qui ont évolué à cause de facteurs « non-humains » pendant mille ans, et la perte due à des facteurs « humains » en une seconde, au temps de la suprématie nucléaire. Dans cette œuvre graphique, le travail de la calligraphie chinoise devient un élément plastique au service d'une création graphique métaphysique. Autrement dit, pour le graphiste Xu Wang, la tradition chinoise est représentée par les parties incomplètes de la culture chinoise contemporaine. Ces restes traditionnels transforment d'intéressantes expériences esthétiques personnelles et font lien avec la vie quotidienne contemporaine. L'écriture incomplète en calligraphie traditionnelle, imprimée par les techniques modernes

¹⁶⁶ Contact personnel datant du 10 octobre 2011 par MSN avec Xu WANG, message personnel. Traduit du chinois par Dandan LU.

¹⁶⁷ Jia WANG, « Regard sur le design par le haut du design – entretien avec WANG Xu (在设计之上看设计-对话王序 Zai sheji zhishang kan sheji – duihua Wang Xu) », *Journal China Art Weekly*, 19 mai 2007, p.9. Traduit du chinois par Dandan LU.

de télécommunication, montre que les restes de la tradition peuvent être représentés de manière moderne ou postmoderne.

- LA NOUVELLE GENERATION MONDIALISTE ET CRITIQUE

La nouvelle génération est une génération jeune qui s'est développée dans un environnement social, caractérisé par l'expansion de la mondialisation globale et la puissance de l'informatique, tout comme la GenY¹⁶⁸ en occident. Elle est plus idéaliste, optimiste et flexible, et a une perspective internationale. Elle s'intéresse davantage à des solutions universelles qui transcendent les frontières nationales et culturelles pour refléter le mondialisme plutôt que la mondialisation. La valeur de la culture traditionnelle chinoise est toujours contenue dans son inconscient collectif. Les graphistes de cette génération n'ajoutent pas d'images spécifiquement chinoises intentionnellement dans leurs œuvres graphiques, mais, plutôt une idée esthétique et philosophique dans leurs créations, représentant profondément la diversité de la culture chinoise.

Les graphistes de cette génération sont nés après la mort de Mao et sont donc éloignés de la lutte politique ou idéologique, par rapport à la génération de leurs parents. Ils ont grandi durant ces trente dernières années où la Chine s'est développée très rapidement : essor de l'économie, développement de l'industrie et de l'urbanisation, prospérité de la consommation et grands changements culturels et

¹⁶⁸ La génération Y est la toute jeune Génération née approximativement entre 1980 et 2000, mais l'individu et le genre traversent les années. D'autres termes équivalents existent, dont « enfants du millénaire » ou les diminutifs « GenY » et « Yers ». Les Américains utilisent également l'expression « digital natives » ou « net generation » pour indiquer le fait que cette génération est grandi dans un monde où l'ordinateur personnel, le jeu vidéo et l'Internet sont devenus de plus en plus importants et accessibles.

sociaux. En tant qu'enfant unique, ils ont été l'objet de tout l'amour de leur famille et n'ont jamais rencontré de grandes difficultés ou de pauvreté dans leur vie quotidienne. Du fait du modèle éducatif de l'utopie communiste, dominé par l'idéologie politico-économique d'une « forme de socialisme aux caractéristiques chinoises », il ressort souvent d'eux un certain individualisme standardisé de consommateur. Ils ont grandi avec Internet et ont eu accès à des informations que leurs parents n'ont jamais eues. Comme ils ont souvent vécu et étudié à l'étranger, ils peuvent se projeter dans une perspective internationale, et disposent d'un point de vue plus concret sur les rapports entre la culture occidentale et leur propre culture.

Cependant, ils vivent aussi des expériences conflictuelles quand leurs parents sont confrontés à la perte de leur poste professionnel, ou quand le bureaucratisme et la corruption sont de plus en plus omniprésents dans cette émergence économique. Dans le développement urbain, leur ville ou village natal sont reconstruits, ce qui entraîne la destruction de tous les lieux de mémoire. Ils sont également confrontés à la crise de la qualité de la marchandise et à l'hédonisme se répandant partout dans cette prospérité de la consommation. L'environnement naturel est complètement pollué par l'industrialisation. Ces phénomènes sociaux les conduisent à s'interroger sur leur rôle social et la prise de décisions éthiques dans leur profession.

Le studio Sense Team est un groupe représentatif de cette nouvelle génération de Shenzhen. Leur importante œuvre graphique, *Big Business III*, est une série d'affiches-collages et d'illustrations, publiée en mars 2010 pour la publication du florilège de l'annuaire des politiques de marque – *The Best Globe Brand Design*, qui a présenté

Sense Team, *Big Business III*, affiches et illustrations du livre *The Best Globe Brand Design*, Shenzhen, 2010.



les deux cent vingt deux meilleurs projets de politique de marque, au Top 500 des campagnes dans le monde. Des portraits de femmes, d'hommes et d'enfants, de différents âges et origines, avec un air content, triste, apathique ou impassible, avec les yeux ternes, ont été réalisés par collage de fragments de différents billets de banque.

Ces portraits, découpés mêlent visages, richesse et marques. Ils proposent une nouvelle façon de comprendre la politique de marque et d'identité visuelle d'une entreprise, et invitent à repenser l'influence de l'argent et le désir de consommation. Cette série d'œuvres graphiques reflète le changement idéologique, moral, et l'évolution de la mentalité sociale de la Chine pendant son expansion économique et consommatrice. Elle interroge également le monopole de la stratégie de marque depuis les années 1980 dans la globalisation du capitalisme et témoigne des conséquences sociales générées par l'industrie culturelle, qui ont été constatées par le sociologue Theodor W. Adorno¹⁶⁹. En même temps, cela témoigne que les graphistes chinois commencent à s'interroger sur leur identité et leur rôle social, notamment sur les fondements éthiques professionnels : la profession doit faire basculer la balance du commercial vers le social si elle veut rester une force culturelle pertinente et vitale¹⁷⁰.

¹⁶⁹ En 1947, Max Horkheimer et Theodor W. Adorno forgent la notion d' « industrie culturelle », née du besoin de fabriquer des biens standardisés pour satisfaire la demande identique de millions de personnes, suscitée notamment par la publicité et, plus largement, par les mass médias. A travers la notion d'industrie culturelle, ils incitent à penser les conséquences sociales et politiques qu'elle génère, et désignent la norme et le standard coupables de « garrotter la conscience de l'individu » et d'anesthésier chez lui l'esprit critique. Référence à l'ouvrage : Max HORKHEIMER, Theodor W. ADORNO, *La Dialectique de la raison*, Gallimard, 1974.

¹⁷⁰ Charlotte et Peter FIELL, *Graphic Design Now*, Taschen, 2005, p.37.

JWT Shanghai, *Let the hills be hills and the rivers be rivers - Shanshui*, Motion Design, illustration de Yongliang YANG, 2010.



Comparé à la génération de leurs parents, cette nouvelle génération a grandi avec les ordinateurs et a des connaissances précises en matière de programmation. Loin d'être intimidés par la technologie, ils détournent souvent les expressions artistiques traditionnelles pour les adapter à leurs créations graphiques multimédia, ils utilisent pour cela différents outils informatiques et/ou numériques.

L'œuvre, en motion design, *Let the hills be hills and the rivers be rivers*, est réalisée par une synthèse d'images et de technologies pour une publicité sur le consumérisme du service public par la *China Environment Protection Foundation*. Cette œuvre graphique « prend à bras-le-corps » la peinture traditionnelle de paysages, les fameux *Shanshui* : pics et vallées, sceaux, poèmes, nuages, pleins et vides se succédant. Son décalage est induit par le contenu, le paysage chaotique fourmillant non plus de montagnes majestueuses, d'arbres centenaires, de cascades et de pavillons, mais de pylônes électriques de gratte-ciel, de voitures. Les fleuves et les rivières sont pollués à cause de l'industrialisation. Au bord de l'eau, de grands bâtiments et/ou des usines sont en train de se construire. Les paysages de Chine sont en complète mutation, la ville prend le pas sur la Nature. Il n'existe plus de paysage naturel, ni d'environnement non-pollué face aux effets dévastateurs d'une urbanisation et d'une industrialisation sauvage. Fables écologiques fourmillantes de détails, les montages photographiques de Yongliang Yang relient le passé de la Chine avec sa postmodernité :

« J'ai nommé la première création de *Paysage fantôme* (*Phantom Landscape*) « Eau de montagne », par un élément symbolique chinois. Ce titre se réfère à deux choses, de manière littérale : d'une part, la ville où je vis, de l'autre, l'eau de la montagne, ce qui représente en chinois le

JWT Shanghai, *Let the hills be hills and the rivers be rivers - Shanshui*, Motion Design, illustration de Yongliang YANG, 2010.



paysage. La ville est mon lieu d'habitation, un espace qui évolue avec moi et qui renferme mes souvenirs. Un mirage ou une ville fantôme est l'environnement vers lequel je tends mais qui n'existe que dans mon imagination. L'eau de la montagne (le paysage) suggère l'imitation de l'art traditionnel de mon enfance, qui disparaît au fur et à mesure de mon évolution personnelle et de celle de la ville. La naissance du *Paysage fantôme* n'est pas un accident. La ville, le paysage, je les aime et les hais en même temps. Si j'aime la ville pour son côté familial, je la déteste d'autant plus pour la rapidité stupéfiante à laquelle elle grossit et englobe l'environnement. Si j'aime l'art traditionnel chinois pour sa profondeur et son caractère inclusif, je hais son attitude rétrograde. Les anciens exprimaient leur appréciation et leurs sentiments envers la nature à travers des peintures de paysages. Pour ma part, mon propre paysage sert à critiquer la réalité telle que je la vois. »¹⁷¹

« La société chinoise a connu d'innombrables bouleversements et changements. Culturellement parlant, les écarts se creusent de plus en plus. La société se développe à une vitesse frénétique, cela produit des inégalités et des déséquilibres. C'est une particularité qui est spécifique à chaque époque dans chaque société. Cette singularité a ses avantages et ses inconvénients. D'une part, elle crée des conflits et des inégalités extrêmes. Les artistes sont des êtres sensibles, ils peuvent avoir une réaction « excessive » vis-à-vis des choses qui les entourent. Cette réaction « excessive » est la source de l'essence artistique. L'inspiration artistique des

¹⁷¹ Disponible sur : http://www.rencontres-arles.com/A11/C.aspx?VP3=CMS3&VF=ARL_212_VForm&Flash=1&FRM=Frame:ARL_316

artistes chinois vient justement de ces conflits et de ces inégalités extrêmes.

Le côté négatif de tout ceci est que la culture traditionnelle chinoise est sans cesse détériorée. Ce genre de dégradation apparaît dans l'histoire lors de changement des dynasties. L'influence de la culture étrangère se verra sur le changement d'idéologie et sur la construction du développement d'une société moderne. Les chinois ont des difficultés à voir clairement l'origine de leur propre culture, son développement et sa trajectoire d'évolution. De ce fait, il est d'autant plus difficile pour les artistes chinois de trouver une place artistique appartenant à l'héritage de la culture chinoise. La forme artistique se transforme facilement, devient ainsi le nouvel eldorado des arts plagés, ennuyeux et vulgaires. »¹⁷²

Cette œuvre graphique me rappelle ma ville natale, située à l'est de la Chine, au confluent du Yangté et de la Mer de l'Est chinoise. J'ai en mémoire de belles images de paysages naturels de mon enfance : les bambous dans le vent, les ruisseaux clairs, les petits bateaux dans les mares avec des roseaux... Mais aujourd'hui, par décision du pouvoir gouvernemental de l'urbanisation et de l'industrialisation, on peut voir au bord des rivières et de la mer, des usines chimiques qui polluent sans aucun scrupule.

Cherchant à construire une « puissance douce »¹⁷³, à l'égal de s'appuie sur l'une des figures les plus connues de sa culture

¹⁷² Disponible sur : <http://cameraobscura.busdraghi.net/fr/2011/interview-yang-yongliang/>

¹⁷³ Selon Joseph Nye, géopoliticien spécialisé en relations internationales, on peut distinguer la « puissance dure », qui est la puissance de commander reposant sur la force militaire et économique, et la « puissance douce », qui est la capacité pour un Etat de faire en sorte que « d'autres pays veuillent ce qu'il veut » par la culture et l'idéologie.

traditionnelle, Confucius. Mais pour les graphistes de la nouvelle celle que montrent stratégiquement toujours les Etats-Unis, la Chine génération, l'extension réelle du pouvoir politico-économique détruit sans cesse la tradition, et a su promouvoir des valeurs telles que l'éphémérité des convictions, la mobilité des sensibilités, la dévalorisation des principes, donc en résumé, la fin de l'histoire.

- LE STYLE GRAPHIQUE IRONIQUE

Il existe parallèlement une autre tendance d'expression qui est directement influencée par le mouvement pictural chinois appelé « Pop art politique » ou « pop cynique » dans les années 1990, que l'on peut qualifier d'art kitsch humoristique. Guangyi Wang est l'artiste le plus représentatif de cette sensibilité. Dans une de ses importantes séries, intitulée *Great Criticism – CoCa-cola, Zippo etc.*, il n'hésite pas à juxtaposer des éléments issus d'affiches de propagande de la Révolution Culturelle, réalisées en gravure sur bois, avec les logos des marques américaines les plus identifiables. Ces séries montrent que la détermination du style réaliste-socialiste correspond à l'efficacité de l'esthétique commerciale : le thème de la propagande politique jointe à la propagande commerciale. Elles l'exposent de façon ludique et humoristique, combinent des clichés visuels de la période maoïste, avec des gardes rouges de la Révolution Culturelle, et des images ou des slogans publicitaires des Etats-Unis et de la vieille Europe.

Guangyi WANG, *Great Criticismme - Coca-Cola*,
lithographie, 88cmx78cm, 1992.



Zheng LI, affiche *L'intérêt du peuple est au-dessus de tout pour le SRAS*, Shenyang, 2003.

L'affiche « *L'intérêt du peuple est au-dessus de tout* » de Zheng Li au sujet du SRAS¹⁷⁴, présentée dans l'exposition « *La traversée des Signes* » aux moulins de Vaillancourt, à Echirolles en France en 2003, provoque le même effet visuel que les œuvres *Great Criticism* de Guangyi Wang. Une foule en jaune se découpe sur un immense drapeau rouge entouré d'une auréole de rayons solaires, qui rappelle l'affiche de la propagande des années maoïstes et la scène représente le respect du peuple pour le Président Mao. Pourtant, les « *Petits livres rouges* » et les portraits de Mao sont remplacés par des instruments médicaux et des masques sur le visage. Les slogans empruntés au maoïsme, inscrits sur le drapeau indiquent : « l'intérêt du peuple est au-dessus de tout » et les indications des précautions hygiéniques à prendre contre la pneumopathie atypique et la date répertoriée de son commencement, en novembre 2002, sont bien mises en évidence sur l'affiche. Ces images proposent une vision très satirique des nouveaux préceptes prônés par le pouvoir communiste afin de lutter contre l'épidémie de pneumopathie atypique. L'indication de la date répertoriée de son commencement et le slogan « l'intérêt du peuple est au-dessus de tout » contrastent avec l'attitude effective des autorités qui ont attendu bien longtemps (avril 2003) avant de réagir, laissant la maladie proliférer dans un premier temps. Il transparaît avec évidence l'ironie, voire la critique acerbe du graphiste.

¹⁷⁴ SARS en anglais, correspond en français au : « Syndrome respiratoire aigu », sévère affection qui a atteint durement l'Asie au cours du printemps 2003 et a fait de nombreuses victimes dans le monde entier.

Dandan LU, *Design graphique à l'ère de la Chine postmoderne*,
l'illustration de la couverture, 2012, Montpellier.



c) Position humaniste idéale et analyse de l'illustration de la couverture du volume de thèse

Désireuse de vouloir situer mon travail graphique qui est présenté comme illustration de la couverture de ce volume, je le mets ci-après en confrontation avec toutes les productions et les positions des designers contemporains mentionnées dans ce chapitre. Ce travail, c'est-à-dire le mien, est tout à fait redevable de l'esthétique postmoderne et correspond bien à l'esprit dominant d'aujourd'hui. Preuve en est (s'il fallait le redire) que les conditions esthétiques pèsent sur le choix des formes.

Du point de vue d'une description formelle, on peut voir un profil de voiture dessiné par un trait noir, courbe, réalisé à l'encre de Chine, à l'aide d'un pinceau (figurant schématiquement le corps de la voiture) ainsi que le signe du yin et du yang taoïste (en guise de roue située à gauche) et la photographie de deux objets : un CD-rom (en guise de roue droite) et un pinceau traditionnel chinois.

Influencée par les œuvres des graphistes de Shenzhen, notamment par les sensibilités nationalistes, l'idée initiale de ce projet a pris forme, en 1999, lors d'un de mes cours intitulé « Base du design informatique » à l'Académie des Beaux-arts de Xi'an. Mon idée était de faire part de la situation ambiguë traversée par le design graphique en Chine. De toute évidence, comme certains graphistes chinois contemporains, j'ai cité sans en avoir conscience les signes spécifiques de la culture traditionnelle chinoise (le trait à l'encre de Chine, le signe du yin et du yang taoïste, la photographie du pinceau chinois) pour mettre en avant mon « identité culturelle chinoise ». En outre, je photographiai un CD-rom car mon désir était d'évoquer symboliquement mes liens avec la science et la technologie de l'Occident. Tout simplement et formellement, je souhaitais montrer

que le design graphique chinois se développerait grâce à sa culture traditionnelle et la modernité scientifique. Autrement dit, à cette époque-là, j'étais attirée naïvement par le point de vue nationaliste car j'étais convaincue que le développement de la technologie allait aider à la glorification de la tradition chinoise par le truchement du design graphique. En d'autres termes, je pensais que l'utilisation de la culture occidentale (la technologie, la science etc.) était une stratégie à suivre pour la renaissance de la tradition chinoise.

Il faut souligner que l'intention première de cette sensibilité nationaliste était différente de celle de l'« occidentalisation » à ce moment-là, comme le faisait, par exemple, Jianying Han.

Bien que mon travail montre qu'il est attaché à l'identité culturelle chinoise, cela ne m'empêche pas d'admirer l'Occident pour au moins deux raisons. D'une part, si je n'avais pas admiré les apports de l'Occident, je n'aurais pas penser que la science et la technologie occidentales allaient pouvoir aider à la renaissance de la civilisation chinoise. D'autre part, je réalisai cette image en me référant à l'esprit d'une composition occidentale, c'est-à-dire en me servant d'outils ou de techniques modernes, tout en m'inspirant fortement du style de Tai-keung Kan car il était très connu en Chine et, plus encore, dans le monde entier. Sa sensibilité nationaliste s'inscrivait, en fin de compte, dans la logique du relativisme et du pragmatisme mais, à l'époque, j'ignorais que celle-ci était gouvernée par l'esthétique postmoderne.

Une dizaine d'années ont passé. Aujourd'hui, j'ai repris cette ancienne image et ai ajouté un fond coloré pour faire l'illustration de la couverture du volume de ma thèse de doctorat, par coïncidence, sur le même sujet. Me remémorant le souvenir de la conception de ce travail de 1999, il apparaît que ma position de créatrice graphique ait changé.

Après trente ans de développement dudit « Modèle chinois », la Chine est devenue une des plus grandes puissances industrielles et économiques au monde. Mais comme les critiques écologistes et humanistes le soulignent, le développement rapide de l'industrie a conduit la Chine à devenir également le premier pays ayant d'importants problèmes de pollution, dus à la crise de l'énergie et la circulation des transports, etc. Cette œuvre graphique, avec ce profil de voiture m'évoque désormais tous les problèmes de la Chine.

D'un point de vue sémantique, les divers éléments forment un cercle imparfait, à l'intérieur duquel la direction de pinceau chinois montre que le symbole de la technologie (la modernité occidentale) va transgresser la tradition chinoise, en l'occurrence la culture du taoïsme. Sous le pinceau et le signe du yin et du yang (en noir et blanc), j'ai apposé par hybridation des taches de couleur à huile très saturées pour transcrire l'expansion de la technologie, le triomphe de l'idéologie postmoderne et l'éthique libérale du taoïsme qui se rejoindront ensemble dans la mer du libéralisme. De mon point de vue, toutes les œuvres graphiques contemporaines chinoises, y compris les sensibilités qui en ont découlé, instruites par l'ère postindustrielle, le mouvement libéral-libertaire et le relativisme représentent, sans conteste, les mutations sociales et culturelles de la Chine depuis trente ans. Toutefois, dans les œuvres graphiques, la lecture occidentale méconnaît ou oublie trop souvent que le désir de liberté existe également dans la culture du taoïsme, telle qu'on la rencontre dans sa littérature et son esthétique. Sa présence ici n'est pas que citation d'un signe traditionnel, elle est également une proposition idéaliste utopique.

Pour de nombreux graphistes chinois, l'espérance dans la liberté n'a cessé d'aiguillonner la créativité et d'être une des principales motivations de la création graphique de la Chine postmoderne.

CHAPITRE III

L'ENSEIGNEMENT DU
DESIGN GRAPHIQUE
EN CHINE

Dans cette recherche sur le design graphique chinois, il apparaît inévitable de s'interroger sur l'enseignement du design graphique (notamment dans l'enseignement supérieur) car il est un enjeu essentiel dans la formation à la réflexion artistique et esthétique, même s'il est une discipline relevant des Arts appliqués dont la production est soumise à des commanditaires politiques ou économiques. Une réflexion théorique et critique sur la maîtrise de la technique et des nouvelles technologiques doit être menée conjointement avec l'élaboration des formes et dont le but est d'envisager les finalités d'un tel enseignement. Comment enseigner le design graphique qui n'est pas une discipline originaire de Chine ? Comme nous l'avons vu dans les chapitres précédents, des réflexions théoriques ont largement jalonné tout le XX^e siècle pour donner lieu à la mise en place d'institutions spécialisées en arts appliqués et décoratifs, et plus particulièrement sous Mao, c'est-à-dire au moment du développement de l'industrialisation socialiste. Avec l'héritage de la formation pédagogique du réalisme-socialiste, un modèle pédagogique hybride a été mis au point pour l'enseignement du design graphique au cours années 1980, bien qu'il coexistât déjà avec les réformes pédagogiques formalistes. Malgré cela, depuis 1999, l'enseignement du design graphique se confronte à une situation chaotique dont on a tout lieu de croire qu'elle est en lien avec les mesures politiques appelées « Industrialisation de l'éducation » qui furent prises.

***A. Le commencement
théorique et la création
d'institut d'arts
appliqués (1918-1956)***

L'idéologie moderniste a inauguré, durant les années 1910, une réflexion sur la peinture et le design en Chine. En 1918, l'Ecole nationale des Beaux-arts fut établie à Pékin et comprenait deux départements : celui de la peinture (绘画 hui hua) et celui du dessin (ou traduit par « ornement » 图案 tu'an). Lors de son inauguration, Yuanpei Cai déclara :

« Les écoles des beaux-arts concernent les arts qui ont un rapport avec la vue. Bien entendu, ceux-ci comprennent aussi l'architecture et la sculpture, mais l'architecture a une utilité réelle, tandis que la sculpture était originellement destinée à la prière. C'est la peinture qui est née d'un sentiment purement esthétique. Comme l'enseignement des beaux-arts en Chine n'est pas très développé, l'architecture et la sculpture ne le sont guère. Mais c'est aussi la raison pour laquelle la peinture, seule, a pu se développer. Dans ce domaine, il y eut d'abord le dessin (图案 tu'an) de plans, puis le tableau. Pour parler du dessin, il y eut d'abord des formes géométriques, puis celles désignant des animaux, des végétaux, pour aboutir enfin au signe, au modèle, à l'habitude, à la diversification, à la personnalisation. Après que la peinture se soit développée, le dessin (图案 tu'an) continua parallèlement son propre développement. Comme notre école jouit d'un faible budget, nous créons seulement deux départements : peinture(绘画 hui hua) et dessin (图案 tu'an). »¹⁷⁵

¹⁷⁵ Yuanpei CAI, « Discours d'inauguration de l'Ecole nationale des beaux-arts (在中国第一国立美术学校开学式之演说) », allocution prononcée le 15 avril 1918 et publiée in *Journal de l'Université de Beijing* n° 114, 18 avril 1918. Citation de Eric JANICOT, *l'Esthétique moderne chinoise : l'Epreuve de l'Occident*, Paris, éditions You Feng, 2007, p.78.

Selon les recherches du jeune théoricien Shuai Zhu, le terme de « dessin (图案 tu'an) », employé par Yuanpei Cai, équivalait au terme de « design » en Occident. Il en témoigne dans un article de Hengke Chen, professeur invité par Yuanpei Cai de l'Association de Recherches sur les beaux-arts en 1922, et dont est issu cet extrait : « Il y eut deux catégories de fonctions pour la peinture : la pictographie pour le document et le tableau pour le plaisir [...] En Occident, le design existe parallèlement à la peinture, les japonais l'appellent « dessin de 图案 (tu'an) », (ornement). »¹⁷⁶ Grâce aux recherches de Shuai Zhu, nous pouvons considérer que le design dans l'enseignement supérieur remonte à 1918.

La réévaluation des arts appliqués se traduit par l'usage de termes empruntés à l'Occident, s'appuyant sur la définition des mouvements artistiques européens comme le mouvement Art Déco. Dans les formations chinoises, d'arts appliqués modernes, une confusion régnait entre toutes ces nouvelles notions, c'est-à-dire entre le « dessin d'ornement » (图案 tu'an), les « arts appliqués et décoratifs » (实用美术 shiyong meishu, ou 装饰艺术 zhuangshi yishu), les « arts des métiers manuels » (工艺美术 gongyi meishu, traduits par les « arts artisanaux »).

Selon l'analyse d'Eric Janicot, l'utilisation de néologismes des modernistes chinois ne changeait toutefois aucunement la façon de

¹⁷⁶ Hengke CHEN, « Doctrine sur la peinture procède de la pratique (绘画源于实用说) », publié par la revue « Huixue », in Huishuo HE, *Le Recueil d'Anthologie d'esthétique moderne chinois* « 近代中国美术论集 », n° 4, Edition Artsite 艺术家出版社, Taiwan, 1991. Citation du livre : Shuai ZHU, *Dix cours sur le design et la culture chinoise* 《中国文化与中国设计十讲》, Beijing, China Electric Power Press 中国电力出版社, 2008, p.111. Traduit du chinois par Dandan LU.

penser en comparaison avec le thème fondamental de la tradition esthétique chinoise qui fut établi par Shi Su, grand lettré de la dynastie Song (960–1279), qui, lui distinguait la « forme constante » (常形 changxing), réservée aux personnages, animaux, architectures et objets inanimés du « principe constant » (常理 changli), inhérent aux éléments constitutifs du paysage¹⁷⁷. Ce thème également était favorisé « dans le langage moderne, la distinction entre l'expression spirituelle de la personne lettrée – l'artiste - et le travail manuel du « vulgaire » – l'artisan - s'établit dans la capacité à dépasser le savoir technique et ses règles contraignantes »¹⁷⁸.

L'Ecole des beaux-arts de Suzhou fut le premier établissement d'enseignement qui installa un département des « arts appliqués et décoratifs » dans les années 1930. Wenliang Yan, son directeur, posa alors le problème de la valeur des arts appliqués, en 1934, en fonction d'une double exigence :

« Remédier à la faiblesse qualitative et quantitative de la production industrielle et augmenter les débouchés offerts aux artistes issus des nouvelles institutions pédagogiques. »¹⁷⁹

Cette proposition de Wenliang Yan n'était pas d'ordre artistique mais économique. Comme nous avons mentionné dans le chapitre I, Wenliang Yan emprunta le modèle soviétique de l'URSS pour installer l'enseignement des arts appliqués et décoratifs, en Chine.

¹⁷⁷ Eric JANICOT, *L'Esthétique moderne chinoise : l'Epreuve de l'Occident*, Paris, éditions You Feng, 2007, p.32.

¹⁷⁸ *Idem.*

¹⁷⁹ Wenliang YAN, « De l'enseignement de la production à la nécessité des arts appliqués », in revue *Vague de l'art*, n° 9-10, revue de l'Ecole spéciale des beaux-arts de Suzhou, 1934. Citation voir : Eric JANICOT, *L'Esthétique moderne chinoise : l'Epreuve de l'Occident*, Paris, éditions You Feng, 2007, p.145-146.

Les réflexions théoriques des modernistes, fondées sur le rapport entre art et industrie, ont permis néanmoins la création des instituts d'arts appliqués, au lendemain de la révolution maoïste. Jusqu'en 1953, la Chine populaire termina sa « transformation socialiste », après la victoire communiste et la déclaration de la République Populaire de Chine par Zedong MAO en 1949. Elle commença, alors, à construire l'industrialisation socialiste, qui avait grand besoin des arts graphiques pour sa production industrielle. L'esthétique du pragmatisme maoïste conduisit l'enseignement des arts appliqués et décoratifs chinois, comme chacun le sait, à devenir un moyen de propagande dominant du régime.

La première école nationale supérieure des arts appliqués et décoratifs, la *Central Academy of Crafts Art* (中央工艺美术学院), ancien nom de *l'Academy of Arts & Design, Tsinghua University*, s'établit à Beijing, en 1956. La grande majorité des artistes réalistes ont enseigné dans cet établissement, par exemple des artistes du « néoréalisme »¹⁸⁰ comme Feng Jiang et Ting Zhang. Par la suite, la réunification de la Chine a attiré une pléthore d'étudiants qui revenaient de l'étranger après leurs études artistiques. Nombreux furent ceux qui, revenus de l'étranger, ont ainsi pu participer à l'installation de ce nouvel institut artistique dans le but de développer la discipline des arts graphiques, comme Xunqin Pan¹⁸¹,

¹⁸⁰ Dans les années 30 et 40, la définition du néoréalisme chinois trouve sa source dans les mutations stylistiques de la gravure sur bois et sa dépendance à l'égard de l'idéologie communiste.

¹⁸¹ Xunqin PANG (1906-1985), peintre chinois, dans les années 1920, il étudia dans l'Académie JULLIAN et l'Académie de la Grande Chaumière de Paris. En 1929, il partit en Allemagne pour visiter le Bauhaus. En 1932, il retourna en Chine. Entre 1932 et 1956, il enseigna dans une dizaine d'académies des Beaux-arts chinoises. En 1956, il fut le Vice-président de la Central Academy of Crafts Art. Il fut publiquement humilié à titre d'exemple des élites bafouées, et détint le poste de professeur du département arts décoratifs pendant la Révolution Culturelle. En 1979, il eut sa réhabilitation.

Ke Zheng¹⁸², Danian Zhu, etc. Cette nouvelle installation académique et institutionnalisation fut suspendue néanmoins par l'arrêt socialement destructeur que fut la Révolution Culturelle dès 1966.

¹⁸² Ke ZHENG (1906-1987), styliste connu depuis 1927, il étudia à l'Ecole Nationale Supérieure des Beaux-arts de Paris et l'Ecole nationale supérieure des Arts Décoratifs de Paris. En 1936, il participa aux travaux de design graphique pour l'Exposition Internationale de Paris. Dans les années 1930, Ke ZHENG visita aussi le Bauhaus. En 1950, il établit l'« Atelier de Ke ZHENG » à Hongkong, donna des cours de design graphique incluant le Corbusier, le design graphique français, le Bauhaus, et le design graphique américain dans l'Exposition Internationale de 1957, etc. En 1951, il retourna en Chine, puis enseigna à l'atelier de Ke ZHENG dans la *Central Academy of Crafts Art*. Il fut exilé dans des camps de travail pendant la Révolution Culturelle. En 1979, il eut sa réhabilitation. Ke ZHENG est le premier chinois qui enseigna la discipline « Design graphique » dans les établissements supérieurs chinois.

***B. La réforme pédagogique
(de 1978 aux années
1990)***

**1. La réforme pédagogique dit des « Trois
Enseignements » (三大构成) et les
expérimentations inachevées de la fin des années
1970 aux années 1980**

La période de la fin des années 1970 aux années 1980 a marqué le début d'une nouvelle ère dans l'enseignement du design graphique en Chine. La réhabilitation du formalisme conduisit à une réforme pédagogique de l'enseignement des arts, notamment à la réévaluation de l'enseignement des « arts appliqués et décoratifs ». Avec l'aide des associations de graphistes de Hongkong et Taïwan, des sections de design graphique apparurent dans certaines écoles. Beaucoup d'acteurs de l'enseignement artistique chinois commencèrent les réformes pédagogiques. Le système pédagogique dit des « Trois Enseignements » (三大构成 *sanda goucheng*) devint leur nouvelle « coqueluche », en associant l'héritage d'esthétique du « réalisme-socialiste », avec le « Système pédagogique de Pavel P. Chistiakov »¹⁸³. Ce modèle d'association pédagogique reste celui qui est toujours en vigueur aujourd'hui.

¹⁸³ Pavel P. Chistiakov (1832-1919), Russe, Professeur de l'Imperial of Fines Arts, était le professeur des grands peintres russes du XIX^e et XX^e siècle, comme Repin, Surokov, Vrubel, Serov etc. Il était créateur de son système pédagogique personnel en peinture.

a) La réforme pédagogique dit des « Trois Enseignements »

Les années 1980 furent une période de réforme, les termes de « réforme » et d'« ouverture » furent deux fois plus forts dans la société chinoise après la longue période de fermeture avec l'extérieur. Depuis 1978, à Canton et Beijing, des enseignants d'académies d'art importèrent du Japon ou de Hongkong un système pédagogique scientifique pour le design qui s'appellait les « Trois Enseignements » (三大构成 *sanda goucheng*). Ils proposèrent également des expérimentations pédagogiques dans d'autres régions chinoises. Une discussion sur ces « Trois Enseignements » (三大构成 *sanda goucheng*) amena une réforme pédagogique et ces derniers devinrent le socle pédagogique le plus important dans l'enseignement du design graphique chinois au cours des deux dernières décennies du XX^e siècle.

Que comportait ce système dit des « Trois Enseignements » (三大构成 *sanda goucheng*) ? Les « Trois Enseignements » (三大构成 *sanda goucheng*) incluaient un enseignement de la « forme » (平面构成 *pingmian goucheng*), un de la « couleur » (色彩构成 *secai goucheng*), et un de l'« espace » (立体构成 *liti goucheng*). Il fut introduit au Japon par les hongkongais et les Taïwanais dans les années 1960.

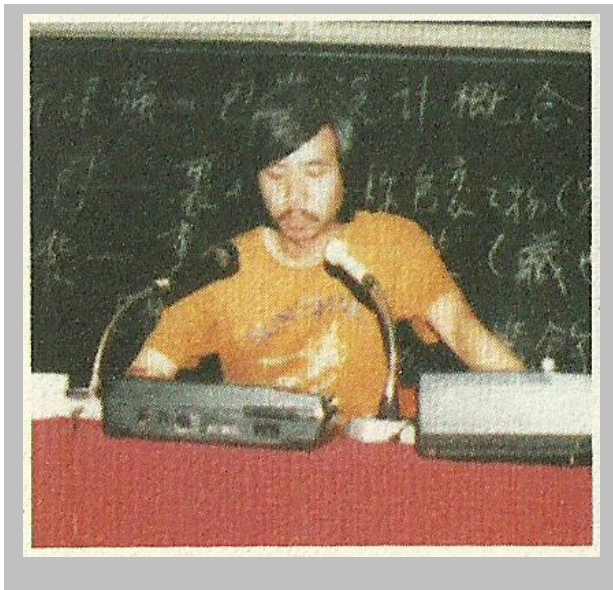
Le boom du design graphique japonais a commencé dans la seconde moitié du XX^e siècle et est devenu une référence faisant de nombreux adeptes en Asie, mais aussi dans le monde entier. Le terme « Enseignement » (构成 *goucheng*) fut traduit du mot allemand

« Gestaltung » par Takehiko Miwutani (1898-1969), un élève japonais du Bauhaus Dessau, au cours des années 1930 au Japon. Professeur de la *Tokyo University of Education*, Masato Takahashi réalisa l'organisation systématique et la fondation théorique forte du constructivisme européen dans des cours élémentaires de l'« Enseignement » dans les années 1960¹⁸⁴. Mais en même temps, les designers japonais se montrèrent plus enclins au placement central et à l'organisation de l'espace autour d'un axe médian (reflétant les traditions de la composition dans beaucoup de productions d'artisanat japonais) qu'à l'équilibre asymétrique relationnel du constructivisme européen. Le terme japonais « Enseignement » fut alors un système pédagogique propre de graphisme japonais, qui mélangeait les héritages de la culture traditionnelle graphique japonais et les sources majeures européennes (comme l'esthétique du constructivisme européen). Ce système pédagogique japonais exerça une profonde influence dans l'Asie de l'Est : Hongkong, Taïwan, Corée du Sud etc., mais également en Chine populaire.

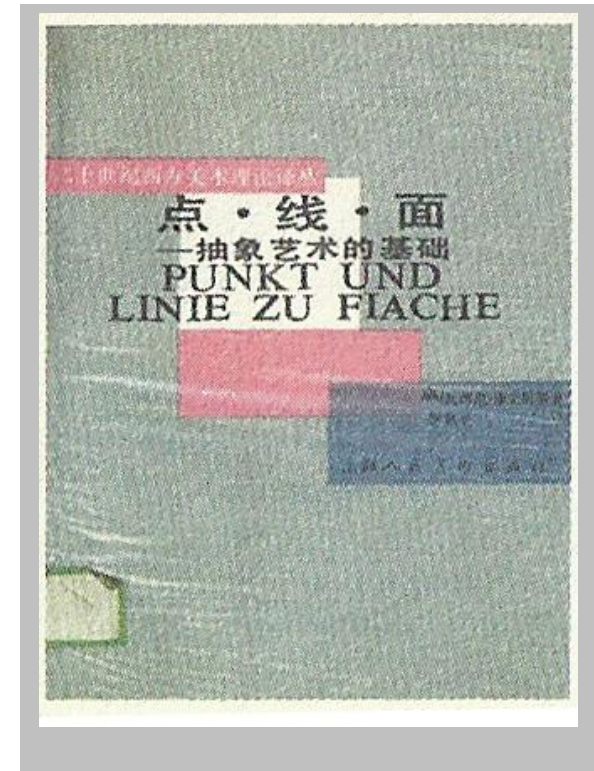
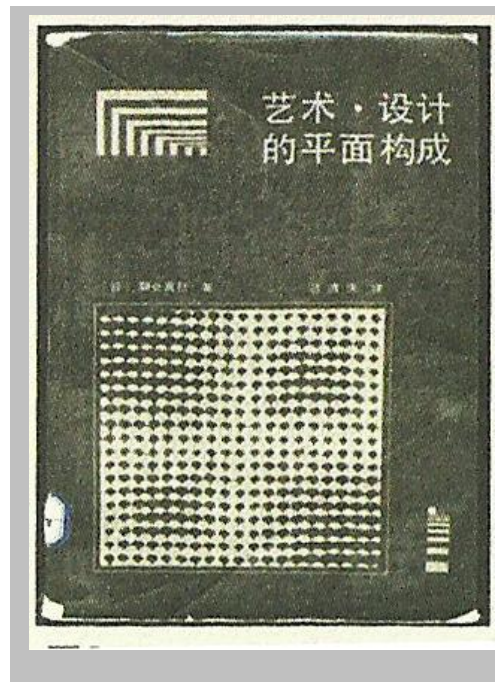
Après l'ouverture économique, l'enseignement du design graphique a facilité le transfert de la pédagogie japonaise des « Trois Enseignements ». Des livres sur les « Trois Enseignements » traduits par des hongkongais et des taïwanais furent les premiers matériaux de référence pour l'enseignement chinois du design graphique. Par exemple, en 1979, l'Académie des Beaux-arts de Guangzhou invita des designers et des professeurs hongkongais (Wuxie Wang et Tai-keung Kan par exemple) à visiter et échanger. Ils apportèrent de

¹⁸⁴ Jian HAN & Tai-Keung KAN, *Path of the Bauhaus, Its History, Legacy, World and China* (《包豪斯道路 – 历史、遗产、世界和中国》), Shangdong, Shangdong Meishu Press 山东美术出版社, 2010, p110-111.

La conférence de Tai-
keung KAN, à
l'Académie des Beaux-
arts de Guangzhou,
1978.



Asakura Naomi(1929-2003),
*Formation des formes en arts et
dans le design*, traduit du japonais
par Qingfu LU, Shanghai,
Shanghai Meishu Press, 1987.



Wassily Kandinsky, *Point et ligne sur
plan*, traduit de russe par Shiping
LUO, Shanghai, Shanghai Meishu
Press, 1988.

nombreuses œuvres-modèles et des ouvrages de référence intitulés *Enseignement de la Forme* (« 平面构成 »), *Enseignement de la Couleur* (« 色彩构成 »), *Enseignement de l'Espace* (« 立体构成 ») et *Cent ans de Mouvement du design* (« 设计运动 100 年 ») etc.¹⁸⁵

Après les décennies de fermeture avec le monde extérieur, au temps de Mao, le manque de connaissance et de communication internationale conduisit les pédagogues chinois à confondre le système pédagogique japonais des « Trois Enseignements » qui prétendait regrouper l'essentiel de la conception du Bauhaus et du design occidental. De plus, une lecture formaliste dite « Sans décoration » ou « Anti-décoration » permit l'introduction de l'appellation « design moderne » ou « Bauhaus »¹⁸⁶ qui intervint dans la réforme pédagogique en se développant. Ce système pédagogique des « Trois Enseignements » devint la seule théorie caractéristique de base du design graphique dans l'enseignement supérieur en Chine. Le professeur de l'*Academy of Arts & Design*, Université de Tsinghua (la plus importante académie d'arts et de design en Chine), Jian Han, spécialiste de cette question, affirme dans une critique désabusée vingt ans plus tard que :

« A la fin des années 1980 et au début des années 1990, un livre intitulé *Formation des formes en arts et dans le design*

¹⁸⁵ Xiyang YUAN, *Etude de l'évolution de l'enseignement du design chinois* (« 中国艺术设计教育发展历程研究 »), Beijing Ligong University Press (北京理工大学出版社), Beijing, 2003, p.251-252.

¹⁸⁶ La lecture formaliste de « anti-décoration » chinois considère le célèbre devise du minimalisme « Less is More » (celle était utilisé dans le domain du design par designer Mies van de Rohe, un des directeurs du Bauhaus) comme le concept essentiel du « design modern » de Bauhaus. Les données historiques précises dans : Jian HAN & Tai-Keung KAN, *Path of the Bauhaus, Its History, Legacy, World and China* (《包豪斯道路 – 历史、遗泽、世界和中国》), Shangdong, Shangdong Meishu Press 山东美术出版社, 2010, p134.

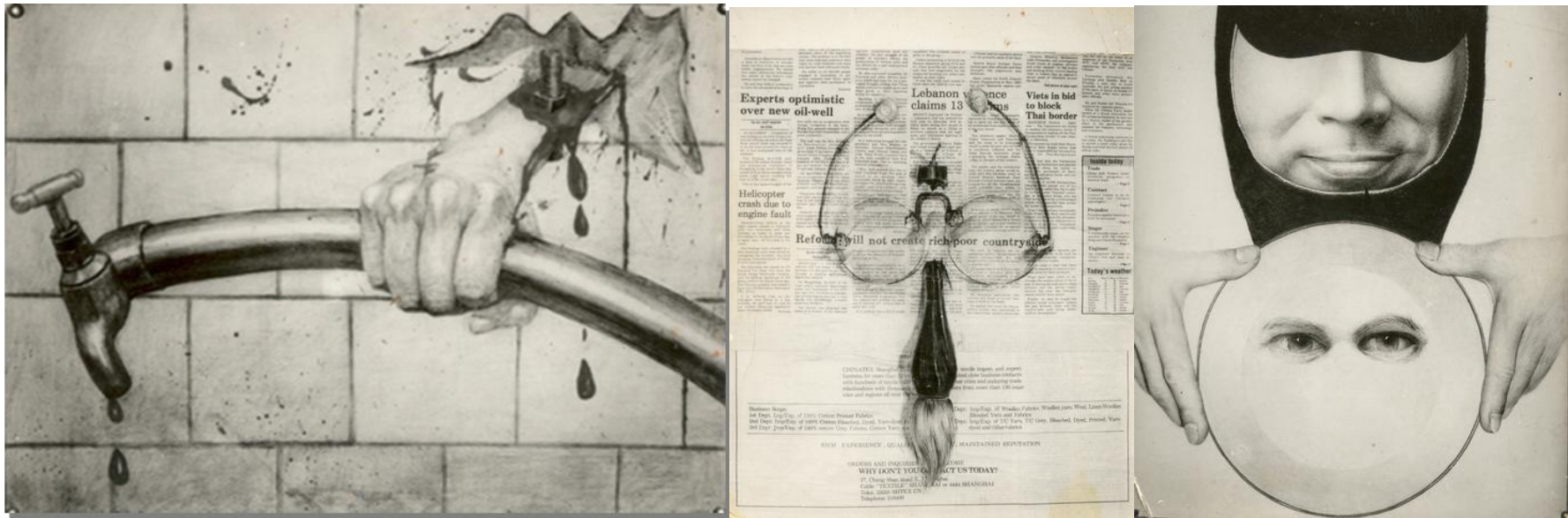
(« 艺术.设计的平面构成 ») écrite par le japonais Asakura Naomi (1929-2003) fut publié en Chine populaire, et deux autres livres intitulés *Formation des couleurs en art et dans le design* (« 艺术.设计的色彩构成 ») et *Formation de l'espace dans en art et dans le design* (« 艺术.设计的立体构成 ») constituèrent les cours théoriques pédagogiques de design moderne, appelés les « Trois Enseignements ». Mais ces « Trois Enseignements » ne traitaient pas de l'essentiel du design moderne. Au contraire, ils décomposèrent les cours d'ornement traditionnel chinois en trois catégories dont la « Formation », la « couleur » et l'« ornement ». Or, nous ne pouvons comparer cette division avec les principes essentiels du Bauhaus, car des livres comme *Point et ligne sur plan* (de Wassily Kandinsky) et *Le dessin et la forme* (de Johannes Itten) étaient été introduits en Chine bien avant les livres japonais d'Asakura Naomi. Les « Trois Enseignements » se révélèrent être de mauvais positionnements vis-à-vis des bases du Bauhaus. »¹⁸⁷

¹⁸⁷ Jian HAN & Tai-Keung KAN, *Path of the Bauhaus, Its History, Legacy, World and China* (《包豪斯道路 – 历史、遗产、世界和中国》), Shangdong, Shangdong Meishu Press 山东美术出版社, 2010, p. 144. Traduit du chinois par Dandan LU.

b) Les obstacles à la réforme pédagogique

En parallèle, la réforme pédagogique rencontra des obstacles dans l'enseignement traditionnel de l'art et de l'artisanat en raison des oppositions des conservateurs maoïstes (le réalisme-socialiste) au cours des années 1980. Le conflit le plus connu se produisit à l'Académie des Beaux-arts à Xi'an (mon académie natale chinoise) en 1985. Shaohua Chen y a enseigné dans le département des « Arts Décoratifs » (装潢工艺 *zhuanghuang gongyi*) entre 1982 et 1988. Suivant la réhabilitation du formalisme et sous la houlette de la réforme libérale, il a fait usage de techniques pédagogiques pouvant être controversées dans ses cours de croquis dont l'objectif pédagogique était de cultiver l'imagination et la création de ses étudiants. Le jeune Shaohua Chen acquit toutefois une bonne réputation, et ce, malgré les critiques. Dans son blog personnel, il écrit :

« J'ai été obsédé par l'enseignement, c'était en 1982. A cette époque, les cours de croquis dans les écoles de beaux-arts étaient la seule méthode pédagogique reprenant le « Système pédagogique de Pavel P. Chistiakov », y compris pour la spécialité du « design graphique » [...] J'ai enseigné sur ce modèle de cours pendant deux ans. En 1985, j'ai encore fait des cours de croquis pour les étudiants de première année pendant sept semaines, et parallèlement, mon affiche *Le vert provient de vos mains* (« 绿 , 来自您的手 ») remporta le Prix d'Or de la sixième *Exposition Nationale des Beaux-arts* en 1984. Aussi



Trois travaux d'étudiants du cours de Croquis de Shaohua CHEN, réalisant sa réforme pédagogique en 1985 à l'Académie des Beaux-arts de Xi'an.

aie-je cru que je pourrais essayer de briser les règles de l'ancien système en recherchant une méthode innovatrice pour cultiver la créativité des étudiants. J'ai donc inventé un slogan avec des étudiants : « Une innovation avortée est mille fois mieux que cent œuvres réussies, conformistes et rigides ». Nos cours attirèrent ainsi moult visiteurs : enseignants et étudiants. En octobre 1985, nous avons exposé les travaux de ces cours innovateurs dans une exposition que nous avons organisée nous-mêmes. Cette fois-ci, l'académie avait réussi à déclencher un grand débat sans précédent. Mais, cette controverse arrêta à un séminaire. Des foudres du président et des comités administratifs m'accusaient de cultiver des idées capitalistes, décadentes, contestataires etc. Mais il fut aussi gratifiant qu'il y ait beaucoup d'étudiants et de jeunes enseignants qui me soutenaient. »¹⁸⁸

Il y a aussi le témoignage de Shouzhi Wang, ancien professeur de l'Académie des Beaux-arts de Guangzhou :

« C'était une période de fondation, la vie des jeunes enseignants du design graphique était en effervescence. Nous avons été très pauvres dans notre vie quotidienne et nous étions inconnus et jeunes, mais nous étions plein de confiance pour l'avenir du design graphique chinois. Comme toutes les nouvelles choses, la réforme pédagogique du design graphique avait rencontré des obstacles de la part du conservatisme, de la tradition artisanale. Je me souviens du printemps 1983, j'ai

¹⁸⁸ Shaohua CHEN, « Un souvenir d'expérimentation pédagogique : il y a vingt-quatre ans (记 24 年前的一次“设计素描”教学实验) », revue *Art Observation* 美术观察 , octobre 2009, p.32-33. Traduit du chinois par Dandan LU. Disponible sur : http://blog.sina.com.cn/s/blog_4a4473a80100gbq5.html

fait une conférence à Wuxi, mais, après la conférence, j'étais quasiment chassé par les conservateurs. »¹⁸⁹

Shouzhi Wang en est la première figure dans le cadre de l'histoire du design graphique chinois et mondial, ses cours sur l'histoire du design graphique sont bien accueillis aux Etats-Unis, comme à l'*Art Center College of Design de Pasadena*.

Après l'avènement définitif du « Mouvement de Tian'anmen » en 1989, ces jeunes réformistes du design graphique quittèrent leurs fonctions, comme Shaohua Chen qui descendit à Shenzhen et, Shouzhi Wang, qui partit aux Etats-Unis. L'abandon d'un grand nombre d'élites réformistes montrait effectivement l'échec de la réforme de cette époque. Celle-ci abandonna le système pédagogique des « Trois Enseignements » qui aurait dû officialiser la « réforme ».

L'enseignement chinois des arts graphiques n'était pas encore complètement sorti du style dit « réalisme-socialiste », qu'il a immédiatement plongé dans une autre spirale dite « formaliste ». Dans le contexte paradoxal politico-économique de l'« économie socialiste de marché », les systèmes pédagogiques formalistes et l'héritage de l'esthétique du « réalisme-socialiste » coexistaient dans l'enseignement supérieur du design graphique, à la fin des années 1980.

¹⁸⁹ Shouzhi WANG, « Critique de l'enseignement du design chinois (中国设计教育批判) », Le *Colloque de l'Enseignement du Design Chinois* (中国设计教育研讨会), décembre 2007, Shanghai. Traduit du chinois par Dandan LU.

2. Une croissance rapide des années 1990

Après une certaine accalmie au début des années 1990, l'enseignement du design graphique connut une croissance rapide, grâce aux succès de graphistes chinois de Shenzhen. Leur réussite, lors de différents événements internationaux, encourageaient beaucoup d'étudiants à s'initier au design graphique en Chine populaire durant cette décennie (comme moi). D'ailleurs, sous l'angle de l'aspiration à la formation des ressources humaines, l'industrialisation chinoise connaissait une croissance rapide, grâce à la puissance économique du pays et à l'amélioration de la fabrication. A Beijing, à Shanghai, à Guangzhou et dans d'autres grandes villes, des agences de design et de publicité voyaient le jour. Cette demande avait nécessité l'embauche de designers plus instruits. Le « design graphique » devint une spécialité à la mode. Certaines écoles supérieures et universités créèrent, les unes après les autres, un département « art et design » et /ou « design graphique » à cette époque. L'enseignement du design graphique, en Chine, provoqua une croissance très rapide de ce secteur.

a) Création d'un département « Art et Design » et ses contenus pédagogiques

De 1992 à 1998, l'enseignement du design graphique connut un regain d'intérêt. Elle témoignait principalement de l'augmentation constante dans les établissements d'enseignement supérieur de la spécialité « Design Graphique ». Après la fin des années 1980, la coexistence des systèmes pédagogiques (les systèmes pédagogiques formalistes et ceux du réalisme-socialiste) fut la seule méthodologie pédagogique d'enseignement du design graphique en Chine. De nombreuses universités transformèrent leurs départements d'Arts appliqués et décoratifs en départements Art et Design selon cette méthodologie pédagogique. Jusqu'en 1998, le programme éducatif de Ministère de l'Education chinois déclara que l'ancienne organisation des départements « Arts artisanaux » et « Arts appliqués et décoratifs » était remplacée par le département « Art et Design » dans son *Nouvel Annuaire de Discipline pour Enseignement Supérieur* (« 普通高等学校本科专业目录 »)¹⁹⁰. Les enseignants en Arts artisanaux et Arts appliqués et décoratifs (même de Arts plastiques) devinrent, du jour au lendemain, des enseignants en Design graphique, sans

¹⁹⁰ En Chine, il n'existait pas Licence d'arts, Master d'arts et Doctorat d'arts, tous les diplômes d'arts étaient sous la discipline des « Lettres » (文学 *wenxue*), jusqu'à 2010. La spécialité des arts graphiques était toujours mise en tant que sous-discipline des Arts appliqués et décoratifs.



Planning des Cours - Terminale 2002 – Académie des Beaux-arts de Xi'an

Département : Design Discipline : Décoration Graphique Système Scolaire : 4 ans (Bac+4) Nom : LU Dandan

1 ^{er} année				2 ^e année				3 ^e année				4 ^e année					
1 ^e semestre		2 ^e semestre		1 ^e semestre		2 ^e semestre		1 ^e semestre		2 ^e semestre							
Croquis				Enseignement de l'espace		Peinture en couleur (Paysage)			Création Logo			Packaging			Mémoire		
Peinture en couleur (Objet)			Peinture en couleur (Personnage)		Peinture chinoise		Exercices d'imagination		Design informatique			Création d'affiche			Préparation à l'accrochage du diplôme	Packaging	
Ornement traditionnel			Enseignement de la couleur		Base du design informatique		Dessin d'ornement		Sérigraphie			Point of Purchase Adverstising (PoP)				Création Logo	
Enseignement de la forme			Dessin décoratif au trait		Typographie		Création des couvertures de livres		Création de catalogue			Graphisme environnemental				Création d'affiche	
Introduction d'esthétique			Anglais		Photographie		Anglais		Esthétique			Politique et Economie mondiale				Identité Visuelle	
Anglais			Culture traditionnelle chinoise		Anglais		Les principes de la télé&cinéma		Actualité et Politique			Actualité et Politique				Web Design	
Morale			Philosophie marxiste		Littérature Occidentale		Histoire de l'art chinois		Histoire de l'art occidental			Histoire de l'art occidental					
E.P.			E.P.		E.P.		Théorie de DENG Xiaoping										
Littérature chinoise							E.P.										

Traduit du chinois par Dandan LU.

aucun programme de formation¹⁹¹.

Ici, il m'importe de faire connaître mes expériences d'études universitaires en Chine. J'ai commencé mes études supérieures en design graphique à l'Académie des Beaux-arts de Xi'an en Chine entre 1998 et 2002. Il est intéressant d'étudier l'organigramme *de ces Cours*, à ce stade de recherche. Les notes obtenues ne présentant aucun intérêt scientifique, en revanche, c'est bien le contenu du programme qui nous intéresse. Trois informations apparaissent dans ce programme : tout d'abord, dans la première et deuxième année scolaire, les cours des « Trois Enseignements » (三大构成 sanda goucheng) sont positionnés comme des cours fondamentaux, coexistant avec le Système pédagogique de Pavel P. Chistiakov pour le cours de Croquis et de Peinture en couleur.

Ensuite, on peut se rendre compte qu'il n'existe véritablement aucun cours théorique proche de l'histoire et des études de la culture du design graphique ainsi que sur les outils théoriques dans le domaine de la communication visuelle. Nous pouvons associer cette expérience avec celle de Shuai Zhu au CAFA (中央美术学院 China Central Academy of Fine Arts). Voici ce qu'il en rapporte :

« Bien que le CAFA comprenait le département du Design Graphique depuis 1995, le terme « Art-Design » ne fut toutefois énoncé la première fois qu'en 1998. J'ai étudié dans le département Art-Design au CAFA cette année-là... Notre classe a fait l'expérience de cours un peu expérimentaux, et à cause du manque d'enseignants qualifiés en la matière, nous

¹⁹¹ Jian HAN & Tai-Keung KAN, *Path of the Bauhaus, Its History, Legacy, World and China* (《包豪斯道路 – 历史、遗产、世界和中国》), Shangdong, Shangdong Meishu Press 山东美术出版社, 2010, p146.

Dandan LU,
travaux de cours
« Enseignement
de la forme »,
Xi'an, 1998.



春



夏

Dandan LU, travaux
de cours
« Enseignement de la
Couleur », Xi'an,
1999.



秋



冬

Dandan LU,
travail de cours
« Enseignement
de l'Espace »,
Xi'an, 1999.



n'avons eu aucun cours sur les études du design, ni sur l'histoire du design graphique. Au lieu de cela, nous avons eu beaucoup de cours sur l'histoire de l'art chinois, où les professeurs parlaient des arts artisanaux des Dynastie Ming et Qing, et il me semble que c'était des conceptions complètement différentes du « design graphique moderne ou contemporain » d'aujourd'hui. Jusqu'au moment de l'obtention du diplôme, nous n'avons eu aucun enseignement dans le domaine de la communication, des sciences humaines et du marketing etc.... »¹⁹²

Il apparaît qu'en design graphique le manque de formation sur les outils théoriques corrélatifs était un phénomène très commun et très courant, à Beijing, Shanghai et Xi'an, en plus de toute la Chine populaire. Ce manque a été également constaté par Thierry Sarfis :

« Ce fut mon premier contact avec l'enseignement en Chine (les beaux-arts de Shanghai), son activisme et son inexpérience. Leur approche est totalement instinctive, les outils théoriques, pour engager une réflexion dans le domaine de la communication visuelle leur sont totalement inconnus : sémiotique, linguistique, sociologie, méthodologie... »¹⁹³.

Enfin, il faudrait souligner que l'apprentissage de l'informatique est proposé comme une nouvelle méthode et contenu pédagogique, en coexistence avec les techniques traditionnelles d'impression comme la sérigraphie et les apprentissages artistiques traditionnelles comme la peinture chinoise, dans la classe.

¹⁹² Shuai ZHU, *On Design* (《设计观点》), Shenyang, Liaoning Science & Technology Press 辽宁科学技术出版社, 2010, p. 170-176. Traduit du chinois par Dandan LU.

¹⁹³ Thierry SARFIS, « Une longue marche vers le graphisme », *Etapas: 108*, mai 2004, Pyramyd, p.36.

b) Les trois nouveaux groupes d'enseignants

Les nouvelles terminologies et les conceptions de nouveaux domaines théoriques et pratiques furent ajoutées dans le programme synoptique de l'enseignement du design graphique chinois. Il nécessitait de nouveaux enseignants et du matériel nouveau pour la pédagogie en design graphique. C'était un défi difficile qui s'annonçait pour les pédagogues du design graphique. Une force motrice parmi les nouveaux enseignants répondit à cette demande, elle comprenait trois grands groupes :

L'un était représentant des graphistes qui avaient connu les grandes manifestations graphiques internationales dans les années 1990. Shaohua Chen par exemple est devenu le Professeur Invité à l'Académie des Beaux-arts de Xi'an en 1996 : il a fait des conférences, une fois par semestre, pendant une semaine à cette époque, dans ma classe. Il y a présenté ses œuvres personnelles, des informations plus récentes sur cette profession et ses expériences dans les grandes expositions graphiques à l'étranger. Souvent, il a donné des conseils pertinents sur les travaux graphiques des étudiants, ce fut d'ailleurs ceux-ci qui m'ont encouragé à étudier le design graphique.

Avant la fin des années 1990, l'internationalisation de l'enseignement supérieur chinois se caractérisait essentiellement par l'augmentation des nombres d'étudiants et enseignants partant poursuivre un programme d'études à l'étranger. Un grand nombre d'étudiants, ayant terminé leur premier ou deuxième cycle, partaient à l'étranger. Mais beaucoup d'entre eux rentrèrent en Chine.

Le second groupe des nouveaux enseignants était un grand nombre d'étudiants revenus de l'étranger, rapportant des connaissances supposées « avancées » et « occidentales ». Ils rejoignaient les rangs de la réforme pédagogique du design graphique chinois, mais invitaient aussi de nombreux spécialistes étrangers à enseigner en Chine ou pour effectuer des échanges culturels. Ce groupe présentait par Jiayang Lin, Ping Tan.

Après six ans d'études en Allemagne, Jiayang Lin retourna dans son université natale de Wuxi où il avait travaillé pendant huit ans avant son départ en Allemagne, réalisant sa nouvelle réforme pédagogique, en 1997. Il rédigeait des textes critiques dans des revues ou journaux spécialisés pour diffuser ses idées de réforme pédagogique, et des livres pour introduire des œuvres graphiques étrangères en Chine. Sa thèse intitulée *Pour Réformer, Innover et Apprendre* («要改革, 要创新, 要学习-对中国艺术设计教育改革的思考») ¹⁹⁴ présentait une analyse comparative entre l'enseignement du design allemand et chinois. Il y analysait la condition actuelle du graphisme chinois et soulignait l'importance d'une réforme éducative. Il a été invité à faire des conférences par plus de quarante collèges et universités chinoises entre 1997 et 2000, pour introduire ses idées de réforme pédagogique, mais sans autre programme de formation pédagogique que des idées minimalistes.

Ping Tan, un autre professeur ayant également étudié en Allemagne, est retourné à Beijing et a participé à l'installation du département d'« Art-design » au CAFA (China Central Academy of Fine Arts) en 1995. Il y a eu bien sûr beaucoup d'autres exemples

¹⁹⁴ Jiayang LIN, « Pour Réformer, Innover et Apprendre (要改革, 要创新, 要学习-对中国艺术设计教育改革的思考) », 2001, publié in *LIN Jiayang's Vision of Design : Design Innovation and Education* (« 设计创新与教育 : 林家阳的设计视野 »), Beijing, SDX Joint Publishing Company (生活·读书·新知三联书店), 2002, 505p.

similaires. Les réformes pédagogiques de ce groupe interrogèrent directement le système pédagogique du réalisme-socialiste car il est désuet, rétrograde et conservateur. Les réformes s'intéressaient aux nouveautés du design d'Occident, notamment au style internationaliste ou minimaliste.

Le troisième groupe était les spécialistes étrangers en design graphique. Depuis la réforme et l'ouverture politique, les échanges culturels avec des spécialistes étrangers graphiques étaient de plus en plus fréquents, notamment dans les années 1990 où ils ont atteint une fréquence sans précédent. Par exemple, Ikko Tanaka, un designer japonais, a enseigné au Central Academy of Arts and Design (ancien nom de l'Academy of Arts & Design, Université de Tsinghua) en 1991¹⁹⁵ ; Gunter Rambow, un graphiste allemand, a enseigné dans le premier Séminaire Senior de Design Graphique National à Shanghai et Wuxi en 1998¹⁹⁶.

En conclusion, réfléchir à l'enseignement du graphisme, c'est réfléchir à la place de la communication visuelle dans la société, ce qui signifie se poser la question du sens de ses ambitions et fonctions sociales. Dans la Chine qui se postmodernisait tout au long des années 1980 et 1990, les réformes pédagogiques, symbolisées par la

¹⁹⁵ Interview à Xu WANG par le message MSN, 13 mai 2011. Communication personnelle. Et confirmé par Jun ZEN (un des étudiants dans la classe) par son message de Weibo (新浪微博 Facebook chinois), le 13 Juin 2011.

¹⁹⁶ Jiayang LIN, *Studying Hard for the Development and Breakthrough of the Future* (« 念壁十年图破壁 »), 2001, publié in *LIN Jiayang's Vision of Design : Design Innovation and Education* (« 设计创新与教育：林家阳的设计视野 »), op. cit.. Disponible sur : http://www.tongji.edu.cn/~canda/main/center/f_L_Y_01.html

nouvelle méthodologie hybride (coexistence du système pédagogique formaliste et du système pédagogique du réalisme-socialiste), se sont avérées vaincues d'avance ou, tout du moins à demi, par les principes relativistes et pragmatiques (ou de l'activisme), soutenus par l'idéologie dominante qui s'est diffusée au travers du fameux slogan de Deng Xiaoping : « Peu importe qu'un chat soit blanc ou noir, s'il attrape la souris, c'est un bon chat »¹⁹⁷.

Le bilan de ces réformes pédagogiques fait nettement apparaître un manque d'études théoriques (dont l'analyse critique de l'histoire du design graphique et de la communication visuelle ou commerciale) et la connaissance des débats sur les questions de conception et de sens esthétique des productions graphiques dans l'enseignement du design graphique en Chine populaire.

¹⁹⁷ En 1962, Deng Xiaoping a déclaré cette fameuse citation : « Peu importe qu'un chat soit blanc ou noir, s'il attrape la souris, c'est un bon chat. (不管白猫、黑猫, 逮住老鼠就是好猫。) » dans un discours lors d'une réunion du secrétariat. Ce principe est devenu l'idéologie dominante de ces trente dernières années, notamment dans les années 1990.

***C. Une mesure politique de
« l’industrialisation
d’Enseignement
universitaire » depuis 1999***

**1. Les mesures politiques de « l’industrialisation
d’Enseignement universitaire 大学教育产业化 »
en situation chaotique**

Les chiffres d'admissions dans l'enseignement supérieur

Année	Nombre d'Admis	Taux de Croissance
1998	1 083 600 per.	
1999	1 596 800 per.	47.4%
2000	2 206 100 per.	31.45%
2001	2 682 800 per.	21.61%

Source des données publiées par le Ministère de l'Education Chinois

Disponible sur : <http://theory.people.com.cn/GB/49157/49166/8143089.html>

Traduit du chinois par Dandan LU.

La phase d'expansion commença en 1999, qui fut une année très significative dans l'évolution de l'enseignement supérieur chinois. Au début de cette année, le Conseil des Affaires d'Etat Chinois lança une mesure de politique éducative nommée « L'Industrialisation d'enseignement universitaire » (大学教育产业化), pour stimuler la demande intérieure et la consommation lors de la crise économique asiatique.¹⁹⁸ S'y ajoutait désormais l'élargissement de l'admission au collège et à l'université qui allégait la pression de l'emploi. Selon les données officielles publiées par le Ministère de l'Education Chinois, le chiffre d'admission augmenta en moyenne de plus de trente pour cent par an, entre 1999 et 2001¹⁹⁹.

De toute évidence, cette mesure politique éducative répondait aux besoins de développement rapide de l'économie de marché ayant comme logique celle d'un pragmatisme à des fins stratégiques.

Durant le gouvernement de Mao, tout était planifié dans le système éducatif: budget, effectifs, affectation des emplois, etc. L'Etat central exerçait un contrôle absolu sur la création, le financement et la gestion des établissements d'enseignement. Depuis 1978, il a réduit le niveau des subventions en encourageant les communautés locales, les organisations sociales et des individus afin qu'ils se saisissent des opportunités au niveau local. Depuis 1994, l'enseignement supérieur gratuit a été totalement supprimé dans tous les enseignements supérieurs chinois. En 1999, les frais de scolarité augmentèrent de

¹⁹⁸ Wikipédia en ligne, traduit du chinois par Dandan LU, disponible sur : <http://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%A4%A7%E9%99%86%E9%AB%98%E6%A0%A1%E6%89%A9%E6%8B%9B>

¹⁹⁹ *Bleu Book of Development and Reform – Rapport on China's Economic development and Institutional Reform (1978-2008)* (《发展和改革蓝皮书-中国经济发展和体制改革报告 1978-2008》), traduit du chinois par Dandan LU. Disponible sur: <http://theory.people.com.cn/GB/40557/134502/141296/index.html>

soixante-dix pour cent en comparaison de ceux de 1995²⁰⁰, devenant ainsi le plus important facteur de croissance rapide des financements de l'enseignement supérieur.

La plus conséquente de ces mesures politiques de 1999 fut que l'Etat supprima tous les financements officiels pour les enseignements artistiques dans les établissements supérieurs, en mettant l'accent sur l'auto-financement de ces derniers car l'enseignement supérieur des arts (la musique, les beaux-arts, le cinéma et le design etc.) était considéré, par le gouvernement chinois, comme un enseignement d'« Investissement élevé et d'un rendement élevé ». Cette mesure fut le signe d'un grand changement pour l'enseignement du design graphique chinois. D'une part, les financements obligèrent les établissements des arts à augmenter aussi bien les frais scolaires que les taux d'admission. D'autre part, un grand nombre d'universités et de collèges spécialisés (comme les instituts de droit) ont été transformés en département des arts ou d'« Art et Design ». L'enseignement du design graphique s'est ainsi trouvé plongé dans une situation chaotique.

²⁰⁰ En 1995, excepté certaines institutions (comme les institutions militaires), la plupart des universités recouvraient en moyenne 1300 RMB (environ 130 euros) comme frais de scolarité.

a) L'augmentation des frais scolaires et des taux d'admission

Dans mon académie natale chinoise (l'Académie des beaux-arts de Xi'an), les frais de scolarité des étudiants, en 1999, furent cinq fois plus élevés qu'auparavant (les frais scolaires étaient d'environ cinq cent euros par an en 1998, mais à partir de 1999, ils atteignirent deux mille cinq cent euros par an). Huiming Tong, Professeur de l'Académie des Beaux-arts de Guangzhou, déclara qu'« à partir du début du XXI^e siècle, les dépenses de la formation d'une licence en « Art-Design » de l'Académie des Beaux-arts de Guangzhou seraient approximativement à la hauteur du budget scolaire de la ville, soit quarante mille RMB (presque quatre mille euros) par an »²⁰¹.

L'accroissement rapide des frais de scolarité devint une lourde charge pour de nombreuses familles, comme les familles rurales, malgré l'institution d'un système de bourses d'études pour les étudiants pauvres, décidée par le gouvernement. D'ailleurs, l'augmentation du taux d'admission dans les enseignements artistiques, en particulier en « Art et Design », permit d'offrir une formation moins longue aux lycéens qui avaient de faibles résultats au Baccalauréat (高考 Gaokao) mais dont les familles étaient fortunées.

²⁰¹ Huiming TONG, « Expansion & Deteriorate – The Contemporary Crisis of Design Education in China (膨胀与退化-中国设计教育的当代危机) », *Annual Meeting on Design History*, revue *Zhuangshi* (装饰), avril 2008, p.56-63. Traduit du chinois par Dandan LU.

**Rapport d'enquête sur l'intérêt de l'apprentissage (les motivations)
d'étudiant, Université de Henan, Classe Design Graphique**

	Classe 2005	Classe 2006	Classe 2007	Classe 2008
Effectif d'étudiant total	84 per.	66 per.	117per.	99 per.
Adore le design graphique	8 per.	7 per.	12 per.	10 per.
Aimer comme amateur	51 per.	40 per.	70 per.	59 per.
Pour gagner le baccalauréat	24 per.	19 per.	35 per.	30 per.

Source des données sur :
<http://wenku.baidu.com/view/fdb46e0f7cd184254b3535a1.html>

Traduit du chinois par Dandan LU.

Depuis une décennie, « la ruée sur l'art » (艺考热 yikao re) pour l'obtention du Baccalauréat chinois fut un événement à grand spectacle. D'une part, survivant à la mode du marché de l'emploi dans les années 1990, on assista à une véritable « ruée sur l'art » en ce qui concerne la spécialité Art et Design comme si elle avait déclenché un engouement comme au début du XXI^e siècle. Les avantages mis en place politiquement et son dynamisme sur le marché du travail encouragèrent de nombreux lycéens à choisir la discipline du design graphique. Mais ces raisons apparemment légitimes ne suffisent pas à expliquer les raisons objectives pour lesquelles de jeunes chinois se seraient épris d'une telle passion pour le design graphique.

Il faut savoir que le baccalauréat chinois garde une place prépondérante dans le système éducatif et qu'il représente une valeur pérenne dans la société chinoise. Depuis longtemps, le baccalauréat chinois comportait seulement deux disciplines : les Lettres et les Sciences. Les « Arts » étaient une sous-discipline des « Lettres ». Leur coefficient au baccalauréat était cependant plus bas que celui des autres matières, du fait qu'ils étaient considérés comme une option. De plus, le design graphique était souvent pensé, évalué et réduit à une discipline d'« artisanat », à cause de sa sous-exploitation au sein de toutes activités artistiques, bien que l'intitulé « Art et Design » remplaçât l'ancienne dénomination.

La conséquence pour la spécialité du design graphique fut que celle-ci devint un mode d'accès avantageux car plus rapide pour rejoindre l'université pour des lycéens aux résultats faibles, et ceci, à partir de l'assouplissement des conditions d'admission. En témoigne un tableau de statistiques cité dans un mémoire de Licence en Chine, lequel a mené une enquête sur les motivations des étudiants. Dans ce tableau (voir l'illustration à gauche), nous pouvons lire que seulement

Lycéens au concours pour entrer à *China Academy of Art (CAA)*, Hangzhou, décembre 2009.



Cérémonie de clôture de la Licence en design graphique de l'Académie des Beaux-arts de Luxun, Shenyang, juillet 2009.



dix pour cent des étudiants formulaient des souhaits qui soient relatifs à la spécialité du design graphique. Les autres semblaient plutôt avoir seulement cherché à bénéficier des avantages offerts par cette mesure d'assouplissement des conditions d'admission.

b) Situation pédagogique chaotique

La mesure politique d'auto-financement, pour les établissements supérieurs en art, a stimulé un grand nombre d'universités et de collèges spécialisés qui ont ouvert des départements. Jusqu'en 2007, il y a au total mille neuf cent neuf collèges et universités répartis sur trente et une provinces chinoises, dont mille cent vingt cinq ont ouvert un département *Art et Design*, ce qui représenta presque cinquante neuf pour cent au total²⁰². Plus de quatre-vingt-dix mille étudiants en design graphique sortaient chaque année des collèges et des universités du pays²⁰³. Ces chiffres élevés ont fait que l'enseignement du design graphique en Chine disposait de la plus grande envergure d'étudiants formés, au monde.

Face à ces chiffres incroyablement élevés, nous ne pouvons manquer de nous poser les trois questions suivantes : tout d'abord, comment les établissements supérieurs ont-ils réussi à équilibrer le rapport entre les équipements pédagogiques et toutes les nouvelles inscriptions ? Comment garantir que chaque nouvelle inscription d'étudiant bénéficiera d'une bonne qualité d'enseignement ? Et troisièmement, comment les mesures politiques adoptées ont-elles résolu le problème de la quantité des nouvelles inscriptions d'étudiants avec l'offre et la demande du marché de l'emploi ?

²⁰² Huiming TONG, « Expansion & Deteriorate – The Contemporary Crisis of Design Education in China (膨胀与退化-中国设计教育的当代危机) », Annual Meeting on Design History, revue *Zhuangshi* (装饰), avril 2008, p.56-63.

²⁰³ Les chiffres officiels détaillés disponibles sur :
<http://gaokao.chsi.com.cn/z/jylfb/#>

- L'ENSEIGNEMENT « CONSANGUIN » ET LA PRESSION DU
RAPPORT ELEVE-ENSEIGNANT

Cette croissance rapide évoque un défi difficile à résoudre pour les enseignants en « Art et Design », même s'il existe depuis longtemps. La nouvelle génération commence à accéder aux postes d'enseignement. Elle est souvent elle-même issue d'un enseignement très marqué par l'héritage de l'époque maoïste et a reçu une formation pédagogique sommaire. Un grand nombre d'entre eux ont arrêté leurs études après quatre à cinq années après le baccalauréat. Dans ma classe, à l'Académie des Beaux-arts de Xi'an, presque la moitié de mes camarades ont obtenu un poste dans l'enseignement supérieur en design graphique après quatre années d'études après le baccalauréat. De plus, quatre-vingt pour cent de ces postes se trouvent dans la même ville. Ceci n'est toutefois pas un phénomène isolé, puisqu'en général, les chinois l'appellent eux-mêmes la « reproduction consanguine ».

Par ailleurs, il est intéressant de savoir que l'enseignement supérieur en arts, en Chine populaire, se fait sur le modèle de l'éducation élitiste, par des professeurs revenus notamment de France, dans les années 1950, comme Beihong Xu, Fengmian Lin etc. Ce modèle se caractérisait par un modèle dit de « petite classe » (presque un enseignant pour un étudiant) visant à former une élite en arts (comme l'enseignement des grandes écoles en France). Mais avec l'extension du rapport élève-enseignant ainsi que la démocratisation de l'enseignement ont fini par nuire à l'élaboration d'une bonne méthode pédagogique qui voulait former l'« élite ». En classant les données de 2007 sur le site officiel du Ministère de l'Education chinois, on peut trouver les chiffres du nombre total d'élèves et

Les effectifs et le rapport élèves-enseignants dans huit académies des Beaux-arts chinoises

Nom des Etablissements	Effectifs des étudiants	Effectifs des nouvelles inscriptions en 2007	Effectifs des enseignants	Rapport élèves - enseignants
China Central Academy of Fine Arts (CAFA)	2500 per.	850 per.	180 per.	13.9 :1
China Academy of Arts (CAA)	6000 per.	1600 per.	500 per.	12 :1
Academy of Art&Design, Université de Tsinghua	1813 per.	240 per.	220 per.	10.2 :1
Académie des Beaux-arts de Guangzhou	7200 per.	1175 per.	416 per.	17.3 :1
Académie des Beaux-arts de Xi'an	8000 per.	1590 per.	341 per.	23.5 :1
Académie des Beaux-arts de Luxun	4718 per.	1655 per.	322 per.	14.7 :1
Académie des Beaux-arts de Sichuan	4700 per.	1650 per.	285 per.	16.5 :1
Académie des Beaux-arts de Tianjing	3000 per.	750 per.	238 per.	12.6 :1
Total	37931 per.	9510 per.	2502 per.	
Moyenne	4796 per.	1189 per.	313 per.	15.2 :1

Source des données : Huiming TONG, « Expansion & Deteriorate – The Contemporary Crisis of Design Education in China (膨胀与退化-中国设计教育的当代危机) », Annual Meeting on Design History, revue *Zhuangshi* (装饰), avril 2008, p.57. Traduit du chinois par Dandan LU.

d'enseignants, et le rapport élève-enseignant de huit académies des Beaux-arts chinois dans un tableau récapitulatif donnant des statistiques.

Nous pouvons nous référer à la norme nationale chinoise dans le classement du rapport élève-enseignant pour l'évaluation pédagogique, dont le classement « Bien » est de 11 :1. Les chiffres de ce rapport montrent qu'un enseignant enseigne très souvent à une vingtaine d'étudiants, et plus encore dans les universités. Ils ont évidemment largement dépassé la norme nationale, à l'exception de l'Académie des Arts et du design de l'Université de Tsinghua. Sous la pression, les enseignants n'ont plus de temps pour mener des études, des recherches et des réflexions dans leur spécialité. Ces conditions d'enseignement font que la qualité de l'enseignement décline rapidement depuis ces dernières dizaines d'années et accentuent le déséquilibre entre théorie et expérimentation pratique qui existait autrefois alors qu'il est devenu de plus en plus évident pour construire un enseignement de qualité en design graphique.

- UNE RELATION DESEQUILIBREE ENTRE L'OFFRE ET LA DEMANDE DU MARCHE DE L'EMPLOI

Sous l'angle de la réduction des écarts sociaux dans l'éducation (c'est-à-dire, au titre de l'équité et de la justice sociale), depuis des dizaines d'années, un grand nombre de jeunes chinois ont certainement reçu un enseignement supérieur, grâce à la réalisation de la démocratisation de l'enseignement supérieur. Mais la qualité de l'enseignement, d'une façon générale, est assurément de plus en plus moyen. Les exercices expérimentaux habituellement donnés pour

débuter en design graphique sont plus ou moins abandonnés. Les étudiants en trop grand nombre nombreux sont confrontés à un modèle pédagogique obsolète fait de cours académiques. Ces différents points conduisent à un sévère abaissement de la qualité pédagogique en design graphique. Comme nous l'avons souligné dans les paragraphes précédents: le manque d'affectation budgétaire à l'éducation de l'Etat, les difficultés pour former les enseignants, les besoins en matériel pédagogique et la faible quantité d'étudiants réellement motivés, tous ces éléments finissent par endommager considérablement la bonne qualité de l'enseignement supérieur du design graphique.

Dans un même temps, la mesure politique adoptée de 1999 a certainement déséquilibré la relation de l'offre et de la demande du marché de l'emploi. Le développement de l'industrie et de la consommation ne nécessitait pas l'emploi d'autant de designers. De plus, les étudiants diplômés ont eu des difficultés pour s'adapter aux besoins de l'entreprise et aux valeurs libérales du marché, beaucoup d'employeurs leur accordaient de moins en moins de confiance, étant donné leur peu de maîtrise du métier et des savoir-faire. Ces derniers se retrouvèrent au chômage ou exercèrent pour de faibles rémunérations.

Il ressort que ces mesures politiques de « L'industrialisation d'enseignement universitaire » (大学教育产业化) précipitèrent l'enseignement supérieur du design dans une situation chaotique. Alors qu'elle était considérée par Shouzhi Wang comme la question essentielle. Il cite, à ce propos, le professeur allemand Gerhard Mathias, dans le but d'établir un diagnostic critique de l'enseignement du design graphique chinois devenu, au fur et à mesure, une grande opération qui menace de s'écrouler à tout moment :

« L'enseignement du design graphique chinois dégénère en entreprises, leurs produits sont des légions d'étudiants défectueux formés par une chaîne éducative défectueuse, et il y en a plus de 100,000 par an »²⁰⁴.

Ce phénomène a également été observé par le designer français Ruedi BAUR :

« Soixante-dix mille étudiants en design graphique sortent chaque année des universités du pays. Ce chiffre marque une prise de conscience énorme par rapport à la question du design et son importance dans la société future. Il y a beaucoup d'argent, ce sont des études fortement soutenues, mises au même niveau que les filières supérieures d'économies. »²⁰⁵

En conclusion, ces différentes données et analyses de la situation rendent compte que la croissance rapide de l'enseignement du design graphique chinois, conduit sous la houlette de l'idéologie du marketing, mène au chaos et à une profonde désorientation sur le plan du processus de la construction identitaire. Alors que c'était prévisible, d'après Shouzhi Wang, puisqu'il y avait manifestation de symptômes de crises : « son développement semblait très rapide, mais les crises se préparaient dans tous les secteurs ».

On peut en déduire que dans le contexte de l'expansion de la mondialisation et de la puissance de la globalisation, le développement de l'enseignement du design graphique en Chine,

²⁰⁴ Shouzhi WANG, « Critique de l'enseignement du design chinois (中国设计教育批判 zhongguo sheji jiaoyu pipan) », *Le Colloque de l'Enseignement du Design Chinois* 中国设计教育研讨会, décembre 2007, Shanghai. Traduit du chinois par Dandan LU. Disponible sur : <http://blog.sina.com.cn/wangshouzhi>.

²⁰⁵ Ruedi BAUR, « Journal de Bord », *Etapes: 108*, mai 2004, Pyramyd, p.40.

poussé par la mesure politique de « l'industrialisation d'enseignement universitaire », a révélé l'hégémonie de la logique du néolibéralisme dont l'objectif, à force d'être étroitement rivé seulement sur le marché, parvient à gripper ses propres rouages de création et de production, d'enseignement et de développement comme il a provoqué une crise identitaire.

2. Impulsion positive en réaction, face à l'affaiblissement de la qualité pédagogique

a) L'internationalisation et la mondialisation

A cause du manque de méthodologie pertinente en pédagogie et de sa faible qualité, de plus en plus d'étudiants partent à l'étranger pour faire leurs études. En outre, avec l'expansion de la mondialisation, l'autorisation d'aller à l'étranger à leurs frais depuis la fin des années 1990²⁰⁶, est accordée aux étudiants, ce qui a eu pour conséquence d'en accroître le nombre.

D'après les données officielles, cent dix-huit mille cinq cent étudiants chinois sont partis à l'étranger au cours de l'année 2005, et jusqu'en 2010, ce chiffre a augmenté jusqu'à deux cent quatre vingt-quatre mille sept cent étudiants. Durant cette même année, cent trente quatre mille huit cent étudiants sont retournés en Chine²⁰⁷. Souvent, ces étudiants avaient commencé leurs études supérieures dans des écoles locales ou dans de grandes académies nationales Chinoises, puis après leur premier ou deuxième cycle, ils partaient à l'étranger, se formaient, puis retournaient en Chine. En contact direct avec les valeurs et les styles de vie des Occidentaux, ils les ont absorbé de façon profonde et durable, tout en réévaluant les valeurs de leurs cultures traditionnelles.

²⁰⁶ L'enseignement supérieur en Chine a évolué aussi depuis 1995 à travers l'internationalisation des cursus et des programmes, par exemple les cursus sino-étrangers co-diplômants, ouvertures d'Instituts délocalisés en Chine.

²⁰⁷ Disponible sur: <http://www.chinanews.com/lxsh/2011/03-03/2880033.shtml>

b) Contre les valeurs du néolibéralisme, la défense de l'autonomie du champ académique

Un grand nombre d'étudiants, revenus de l'étranger, ont apporté de nouveaux potentiels pour l'enseignement du design chinois. Danqing Chen, un célèbre critique d'art et peintre, revenu des Etats-Unis en l'an 2000, est devenu le Professeur de l'Académie des Arts et du design de l'Université de Tsinghua ou l'une des universités les plus prestigieuses de Chine. En 2005, il démissionna cependant de son poste qui symbolisait le plus haut niveau de l'enseignement supérieur d'arts en Chine car il était choqué par le système d'enseignement existant.

Au début, cet événement au sujet de Danqing Chen causa auprès de ses étudiants les plus proches et envers l'administration universitaire un sentiment d'abandon, eu égard aux résultats aux cours d'anglais et de politique²⁰⁸ qui n'atteignirent pas le niveau d'exigence administratif durant ces cinq années où il exerça à l'Université de Tsinghua.

Mais, dans son ouvrage d'Essais *La régression* (« 退步集 *Tuibu ji* »), Danqing Chen inclua sa lettre de démission, dans laquelle il écrivit :

« Ma démission n'est pas une question de traitement ou de relations humaines dans les rapports confraternels, mais plutôt parce que je ne peux pas accepter le système éducatif actuel des arts et des sciences humaines... Libérer la personnalité, le retour à l'intuition, abandonner les dogmes et adhérer aux règles de

²⁰⁸ Phénomène spécial chinois. Les candidatures ou les étudiants diplômés obligatoirement passent l'examen « politique » pour n'importe quel niveau de l'enseignement supérieur, les contenus de cet examen comprennent Philosophie de Marx, Théorie de MAO Zedong, Théorie de DENG Xiaoping, Actualité et Politique etc.

l'art, sont des traditions et des expériences déterminantes dans notre enseignement de l'art. Mais, à l'évidence, ils sont complètement perdus dans l'enseignement de l'art aujourd'hui... Depuis les années 1990, l'enseignement de l'art ou du design graphique est retenu par son usage dans les logiques expansives de l'industrie, puis avec l'idéologie du néolibéralisme dans le marketing... Il y a alors conflit entre l'idéal humaniste et la logique économique dans notre enseignement supérieur, comme celui entre le sophisme et la philosophie socratique dans l'Antiquité grecque. [...] Telles ou telles limitations politiques ont conduit à l'idéologie grossière du formalisme, du relativisme ou du pragmatisme dans notre université et dans l'enseignement qui était toujours opposé à la tradition, comme le souligne Yinke Chen²⁰⁹ : « Les pensées de liberté, les esprits d'indépendance » ... Le système d'examen devient un pouvoir, il ne correspond plus à la connaissance, pas plus à l'éducation... »²¹⁰.

Il déclara: « Je n'ai aucun choix, sauf celui de la démission. »²¹¹
De toute évidence, Danqing Chen s'opposait non seulement au système bureaucratique d'administration universitaire ou du système de gestion hérité du contrôle absolu, mais aussi aux valeurs dominantes de l'ère de la Chine postmoderne qui a profondément influencé l'enseignement de l'art et du design. La démission de

²⁰⁹ Yinke CHEN (1890-1969) est un célèbre historien, linguiste et sinologue, chercheur en littérature classique chinoise, un des plus célèbres professeurs de l'Université Tsinghua dans les années 1920.

²¹⁰ Danqing CHEN, *La régression* (《退步集 *Tuibu ji*》), Guilin, Guangxi Normal University Press (广西师范大学出版社), 2005. p. 410-427. Traduit du chinois par Dandan LU.

²¹¹ Interview à Danqing CHEN par émission télévisée 新闻调查 *Xinwen Diaocha* (Le journalisme d'investigation), CCTV1, le 22/04/2005.

Danqing Chen a provoqué un grand retentissement dans le monde des arts car il a mis en évidence les problèmes de fond qui ont trait à l'enseignement supérieur des arts.

Depuis 2009, le nombre d'inscriptions au baccalauréat chinois a commencé à baisser, d'après les données officielles de l'*Almanac of China's Population* («中国人口年鉴»), et le nombre de jeunes en âge de passer le baccalauréat va diminuer jusqu'en 2020²¹². Face aux problèmes sociaux, le Ministère de l'Education chinois a déclaré la mise en place de « Conseils pour l'amélioration de la qualité pédagogique de l'enseignement supérieur » en avril 2012. Il propose des programmes ayant pour objectif d'« équilibrer le taux d'admission » et de « mettre l'accent sur la qualité de pédagogie » dans l'enseignement supérieur.

Dans un autre plan éducatif relatif aux arts, au cours du Premier Congrès du Conseil d'Etat pour la Commission des Diplômes Universitaires, au début de l'année 2011, la première proposition adoptée stipule que :

« Les Arts deviennent la troisième discipline indépendante des Lettres et des Sciences » [...] et que « La discipline du Design graphique acquiert le grade d'Arts et Technologies, en raison de sa spécificité interdisciplinaire »²¹³.

²¹² Les inscriptions ont continué de baisser et la réforme approfondie de l'éducation supérieure en Chine va être conduite, *Guangming Daily* 《光明日报》, le 6 juin 2011. Disponible sur : http://politics.gmw.cn/2011-06/06/content_2053578.htm.

²¹³ *Le Sommaire de Grade Universitaire et de Discipline de Formation (2011)* (《学位授予和人才培养学科目录 2011》), Publié par Commission de Diplôme Universitaire du Conseil d'Etat et Ministère d'Education, mars 2011, p.3. Traduit du chinois par Dandan LU.

***D. L'enseignement du design
graphique et la recherche***

De toute évidence, un avenir constructif optimiste d'enseignement du design graphique chinois a nécessairement besoin de mener des études de recherche dans le domaine de la culture graphique qui a été largement manqué et pas assez débattu dans les écoles et universités du design. Pour ma part, comme la société a besoin de différents types de graphistes designers, il ne s'agit pas de soumettre les étudiants à un même profil. Un programme très intense peut être développé sur trois ou quatre ans en premier cycle, et développer la personnalité ou la diversité sur deux ou trois années supplémentaires de master pour permettre l'apprentissage de la recherche. En vue de la domination, comme dirait Ruedi Baur :

« L'enseignement théorique qui sera transmis dès ses premiers pas ne peut se limiter à la seule transmission d'une histoire de l'art fourre-tout. La compréhension du rôle et de la complexité du design graphique dans la société, celle de l'image, des signes, des médias me semble absolument nécessaire comme base théorique de la formation de designer graphique. Elle doit être renforcée par l'analyse des images et des signes, l'histoire des techniques, celles des sociétés et des idées. Cette base acquise, il s'agit de se sensibiliser au projet. Pour ce faire, la confrontation aux attitudes qui spécifient le design me semble essentielle. Les questions de responsabilité, d'anticipation, d'écologie et, plus généralement, de remise en question, de confrontation à la problématique et au contexte, de *l'in situ*, doivent être abordées à ce stade de l'enseignement. L'analyse critique de la culture de la discipline ne peut pas non plus tarder. Les techniques numériques contemporaines seront enseignées en liaison avec celles liées à l'ère de Gutenberg. Les projets débiteront simplement mais se construiront dès cette phase sur des problématiques et non des commandes. Ainsi, à la

fin de cette première partie de l'enseignement correspondant généralement à une année de préparation et trois années d'études en section design graphique, l'étudiant aura acquis la base de ce mode de création. Il sera capable d'aborder des questions simples du design graphique, de concevoir et mettre en pages les plus divers supports de communication. Certains se seront déjà spécialisés vers l'illustration, la typographie ou les technologies numériques. Mais étant donné le programme très intense de ce premier cycle, ils n'auront encore pu approfondir leur propre expression. »²¹⁴

« Deux à trois années supplémentaires seront donc nécessaires pour à la fois développer sa personnalité de designer graphique, mais surtout pour pouvoir aborder les questions plus complexes auxquelles la discipline se retrouve aujourd'hui confrontée. Cet enseignement au niveau master relève de l'apprentissage de la recherche. L'étudiant doit pouvoir y définir son axe de recherche, mais il doit également apprendre à participer à des projets interdisciplinaires et se confronter à de réelles problématiques de la société, celles dont les solutions dépassent la proposition simpliste. [...] A ce niveau de formation, on s'aperçoit que les ponts interdisciplinaires avec les universités et autres lieux de recherches deviennent profitables à tous. »²¹⁵

²¹⁴ Reudi BAUR, *Les 101 mots du design graphique à l'usage de tous*, Collection 101 mots, Paris, Archibooks +Sautereau Editeur, 2011, p.157-158.

²¹⁵ Idem., p.158-159.

CONCLUSION

En raison des profonds bouleversements liés à la mondialisation économique en Chine et aux changements socio-culturels, la scène artistique du design graphique est rentrée en débat. La remise en question de l'identité culturelle traditionnelle chinoise soulève auprès des graphistes et des théoriciens de cet art — qu'ils soient nationalistes, internationalistes ou libéraux — des questions qui s'avèrent loin d'être résolues. Après que des voix connues et reconnues internationalement comme celle du peintre Qingsong Wang ait osé parler des « conséquences de l'influence de la culture étrangère et de l'influence décroissante de nos propres traditions »²¹⁶, et qu'une autre voix qui a participé à faire connaître l'art contemporain chinois en celle de Julia Colman, en qualité de commissaire de l'exposition itinérante *Les cent fleurs*, ait abordé frontalement la révolution physique et psychologique subie par les grandes cités que sont Pékin et Shanghai, il se fait jour que la Chine contemporaine est bien partie prenante d'un processus où les cultures traditionnelles, les modes de vie et les valeurs s'affrontent conflictuellement ou fusionnent, ébranlant jusqu'à menacer l'identité culturelle chinoise. Les singularités culturelles comme les différences risquent d'être nivelées, lissées par un libéralisme triomphant dont le projet est de saper toute entrave à son processus de liberté qui récuse toute autorité comme toute règle. A bien des points de vue, l'identité culturelle chinoise semble en danger d'écrasement. Le design graphique sensible à cette mutation profonde, participe également de ce tumulte, étant pris entre les systèmes anciens et la puissance vertigineuse de la nouveauté que soutiennent une économie ouverte au marché libéral et une culture mondialisée. L'architecture des gratte-ciels chinois ne dément d'ailleurs pas le propos. Déjà Julia Colman, en 2001, ne s'expliquait pas comment il se faisait qu'on pouvait : « isoler un détail stylisé tiré de l'ancienne architecture

²¹⁶ Qingsong WANG, « Une vie glorieuse. Texte de l'artiste », in *Les cent fleurs*, catalogue de l'exposition, Londres, Chinese Contemporary Ltd, 2004, p. 61.

chinoise dans le dessin de ces nouveaux bâtiments » et « que la forme de base soit la même à New York, à Londres ou à Kuala Lumpur »²¹⁷. Ces quelques exemples, pris à dessein dans différentes expressions artistiques, ont rendu convaincante la problématique de l'actuelle identité culturelle chinoise, qui, à travers ses nouvelles formes artistiques, est devenue celle que tout producteur de formes et/ou artiste chinois ne peut plus ignorer.

Si quelques catalogues sur le design graphique chinois existent, en revanche peu de recherches ont été menées dans ce domaine. C'est pourquoi, ce travail de recherche sur le design graphique chinois a imposé d'étendre la recherche à l'ensemble du XX^e siècle afin de pouvoir procéder à des comparaisons en confrontant des œuvres emblématiques issues de périodes historiques et politiques différentes. Au terme de ces comparaisons, il est apparu que les arts graphiques n'ont cessé d'absorber les successifs apports culturels et artistiques occidentaux sans jamais se départir de l'héritage de la rhétorique chinoise traditionnelle (la langue, les compositions spatiales, les signes traditionnels, etc.) depuis le début du XX^e siècle jusqu'à l'avènement de la réforme et, ce qu'il convient d'appeler « l'ouverture », en décembre 1978, qui, elle, a instauré une rupture qu'on osera dire radicale.

Dès le début du XX^e siècle, les activités commerciales entre la Chine et l'Occident ont favorisé une hybridation plastique, artistique et esthétique qui s'est manifestée au sein des affiches publicitaires. Les modèles constitués ont d'ailleurs été jusqu'à irriguer les affiches maoïstes et cela jusqu'à la fin des années 1970. Si les arts graphiques de la période républicaine ont manifesté l'ampleur d'une acculturation artistique qui a engagé la civilisation traditionnelle chinoise, au cours des trente premières années du XX^e siècle, les

²¹⁷ Julia Colman, « Le changement continu », in *Les cent fleurs*, catalogue de l'exposition, Londres, Chinese Contemporary Ltd, 2004, p. 86.

affiches des calendriers publicitaires comme les couvertures de magazines et de livres ont constitué un prélude à l'avènement du design graphique chinois.

Après analyse plastique et sémantique des œuvres graphiques les plus marquantes, il est ressorti que les arts graphiques de la Chine de la période républicaine (et moderne) avaient pour l'Occident des yeux pleins d'admiration. Les intellectuels et les artistes, considérés comme l'aristocratie culturelle chinoise, enviaient la libération idéaliste de la création artistique des sociétés occidentales, la sophistication technologique offerte par la prospérité économique. C'est pourquoi l'ouverture à l'art européen, en général, était pensée comme pouvant contribuer à la modernisation du monde chinois. L'occidentalisation de l'art chinois a, en effet, souvent été considérée comme étant un des garants du progrès culturel, économique, scientifique et éthique de la « nouvelle société ». L'esthétique occidentale représentée par les mouvements Art Déco, Art Nouveau, puis par le Constructivisme, le Dadaïsme et le Futurisme ont été, pour ces raisons, des modèles formels qui ont été suivis et intégrés tout au long de la modernité graphique chinoise.

Influencés par l'esthétique républicaine qui se voulait moderne, les arts graphiques ont ainsi renouvelé leur vocabulaire, tout en empruntant avec facilité des formes, des styles, des codes de représentation, des techniques à l'art occidental (comme la technique avancée de la photographie par exemple) mais en prenant toujours soin de les adapter à la rhétorique traditionnelle chinoise. En conséquence, cette révolution esthétique fut plutôt d'apparence, si toutefois on s'accorde à penser que la nouvelle esthétique a préféré se conformer à la tradition lettrée chinoise, dans la mesure où celle-ci prêtait à l'art des vertus morales et sociales efficientes. Les arts graphiques chinois républicains, bien que d'apparence occidentalisée,

se sont, en fin de compte, pliés aux structures mentales traditionnelles. Selon l'histoire officielle chinoise que l'on trouve réunie dans *Le Sommaire d'histoire moderne et contemporaine de la Chine*, il est précisé que le cadre socio-politique de la Chine entre 1840 et 1949 s'est caractérisé par un régime semi-colonisé et semi-féodal. En raison du maintien de la structure étatique à moitié féodale, il semble bien que la tradition culturelle et artistique chinoise avait peu de chance de s'émousser ou de se voir disparaître au moment de sa modernité. D'autant plus que cette tradition reposait sur des structures religieuses ancestrales comme celles de Confucius, du bouddhisme et du taoïsme, elles-mêmes réinterprétées à l'aune de la modernité par des intellectuels (y compris des graphistes) qui avaient un point de vue nationaliste ou patriotique.

En conséquence, la Chine, tout au long de sa période républicaine, a conservé son identité culturelle chinoise en dépit de certains graphistes, qui admiratifs de l'Occident, imitaient les modèles culturels et artistiques, usaient des techniques artistiques et suivaient les modes de vie de l'Occident. Les conclusions de l'historien de l'art, Eric Janicot, sont, de ce point de vue, très pertinentes :

« Au même titre que la quête du passé, le détour par le grand Autre – l'Occident – permet de redéfinir et d'affirmer une identité culturelle chinoise fondée sur la permanence des appellations et l'impermanence de leur contenu. Si d'aventure apparaît une nouvelle désignation, elle concourt à la sauvegarde d'un contenu. Hiérarchiquement permutable, les dénominations font office de simple réceptacle. La permanence des appellations assure l'apparente continuité de la culture chinoise, les mutations d'un contenu – espace travaillé par ces utopies futures que constituent l'Antiquité et la modernité – sont garantes de son renouvellement, de sa

pérennité. L'hypothèse d'un art moderne chinois ne peut être appréhendé en dehors des catégories et notions esthétiques autochtones. Opposés au fondamentalisme, les modernistes sont des traditionalistes. En cela l'esthétique moderne ne représente pas une rupture, mais constitue une des innombrables mutations de la tradition. »²¹⁸

Parmi les innombrables mutations à l'intérieur du sillage creusé par la tradition, et bien que la période maoïste fut et reste pour l'Occident, celle d'un bouleversement de toutes les structures de la société (pouvoir, culture, idéologie sociale, tradition, art, école etc.), l'analyse plastique de ses affiches fait valoir qu'elles se sont inscrites dans la tradition des arts populaires plutôt que dans la rupture.

A l'étude approfondie de quelques affiches maoïstes significatives, comme la *Nouvelle Estampe du Nouvel An* et l'affiche de propagande *Da Zi Bao*, il apparaît que malgré cette révolution politique tout en profondeur, il y eut une indéniable continuité formelle entre la culture graphique traditionnelle chinoise et la culture graphique maoïste. Cette continuité formelle est sans doute à comprendre, avec le recul nécessaire du temps, sous l'angle d'une stratégie d'un point de vue politique.

En effet, si l'exercice pragmatique du pouvoir de la « pensée Zedong Mao » s'est fondé sur une esthétique qui a dû répondre à des critères politiques, les arts graphiques sont vite devenus un des moyens les plus efficaces de propagande qui a joué un double rôle. Instrument de propagande, il fut également un outil pédagogique tant pour la glorification du prolétariat que pour la dénonciation de l'ennemi intérieur et extérieur. Les productions graphiques de la

²¹⁸ Eric JANICOT, *L'esthétique moderne chinoise, L'épreuve de l'Occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, p. 19-20.

période républicaine (l’affiche des calendriers et la gravure sur bois) ont été transformées en principaux agents artistiques au service d’une diffusion de masse de l’idéologie au pouvoir.

A partir de la fin des années 1970, la profonde révolution qui a eu lieu apparaît aujourd’hui au peuple chinois comme aux designers graphiques d’une grande complexité paradoxale et souvent conflictuelle. S’il est vrai que grâce à la réforme économique et à l’ouverture commerciale internationale en Chine des années 1990, le design graphique chinois a obtenu un développement rapide, le peintre Dali Zhang ²¹⁹ « essaie de faire prendre conscience de la disparition d’anciennes structures et du fait que tout ce qui est nouveau n’est pas nécessairement bon ».

La Chine contemporaine, dans laquelle se superposent globalisation économique et système politique communiste inchangé, a engendré des conditions parfaites pour l’émergence d’une effervescence culturelle, une multiplication des lieux de création et un essor des productions artistiques sans précédent. Différentes sensibilités graphiques s’élaborent à partir du protocole hégémonique de métissage. Métissage entre la culture chinoise ancienne (la calligraphie, la peinture traditionnelle chinoise, les imageries populaires traditionnelles) et une culture contemporaine urbaine mondialisée donnant lieu à des hybridations tous azimuts, aussi bien techniques qu’artistiques. De ces formes hybrides graphiques que l’on constate être à l’œuvre dans tous les médiums et expressions artistiques, et qu’un moindre observateur attentif perçoit comme de véritables symptômes des changements socio-culturels profonds qui

²¹⁹ Julia Colman, « Le changement continu », in *Les cent fleurs*, catalogue de l’exposition, Londres, Chinese Contemporary Ltd, 2004, p. 86.

se sont développés, est née une forte inquiétude en ce qui concerne l'identité culturelle chinoise. Laquelle identité risque fort d'être réduite au modèle paradoxal de développement que la Chine s'est choisi depuis trente ans.

Les œuvres graphiques contemporaines représentent différentes sensibilités qui, elles-mêmes portent des visions du monde en accord tacite avec le monde intellectuel et/ou le monde économique. Des oppositions de positions se font jour. Ceux des designers chinois qui manifestent leurs craintes, redoutent qu'un jour la suprématie de l'identité graphique occidentale l'emporte sur l'identité graphique chinoise et qu'ils ne puissent plus réinvestir au sein de leurs savoir-faire de la culture traditionnelle (la peinture traditionnelle chinoise, la calligraphie, l'imagerie populaire traditionnelle etc.). Tandis que d'autres designers graphiques chinois sont prêts à accepter de se séparer de la culture ancestrale, en la réduisant à un simple état de signe. Certaines œuvres graphiques contemporaines en témoignent. Passées au mode industriel puis technologique et influencées par l'esthétique postmoderne transnationale, ces œuvres intègrent, en effet, la culture traditionnelle chinoise en se la réappropriant mais sous forme de citation, de fragment.

La tradition chinoise, qu'elle tienne lieu de fantasme, de partage culturel ou de renoncement, a agité toutes sensibilités du design graphique chinois développé depuis ces trente ans. De plus en plus, l'utilisation de la tradition remplirait donc plutôt une fonction sociale stratégique broyant ainsi la tradition d'une civilisation dans le brouillage des valeurs relativistes, consommables, en liens étroits avec les enjeux politiques et économiques de la Chine libérale. D'autant plus aisément que leur utilisation se fait selon une stratégie inconsciente de la part des designers graphiques chinois contemporains.

En tant que graphiste chinoise, appartenant à la nouvelle génération, il me semble que le design graphique chinois à venir devrait être redéfini et, à ces fins, se doter d'une nouvelle identité construite sur des codes communs et des règles de base, conçus à partir des valeurs humanistes que j'oserais vouloir voir être partagées universellement. Le design graphique devrait se fonder nécessairement sur deux postulats importants :

Premièrement, la conception du design graphique devrait se développer entre des valeurs occidentales dominées par l'autodétermination, la démocratie, l'indépendance et des valeurs culturelles traditionnelles chinoises. C'est pourquoi l'observation de Samuel Huntington me paraît juste, bien que ce politologue n'ait bien évidemment pas pensé au design graphique. Cela étant, sa position me semble à retenir pour partie dans une perspective programmatique, je le cite :

« La coexistence culturelle nécessite de rechercher ce qui est commun à la plupart des civilisations et non pas de défendre les caractères prétendument universels d'une civilisation donnée. Dans un monde aux civilisations multiples, la démarche constructive consiste à renoncer à l'universalisme, à accepter la diversité et à la rechercher les points communs. »²²⁰

Deuxièmement, le design graphique s'il doit demeurer un objet de

²²⁰ Samuel P. HUNTINGTON, *Le Choc des civilisations*, traduit de l'anglais par J.-L. Fidel, et G. Joublain, P. Jorland, J.-J. Pédussaud, Edition Odile Jacob, Paris, 2000, p.481-482.

l'environnement quotidien et acquérir une force vive dans le paysage culturel contemporain, ses praticiens devraient prendre en compte non seulement les nouveaux supports médiatiques mais surtout le fait qu'il est réellement possible d'être un designer reconnu « sans vendre son âme ». Les nouvelles formes du design graphique devraient intégrer des valeurs esthétiques en résonance avec les valeurs techniques/technologiques en vigueur, mais également des valeurs environnementales et, bien sûr, sociales. Les designers graphiques, engagés dans l'action politique et sociale, participeraient ainsi à de multiples productions pour tenter de résoudre les problèmes les plus importants, en abordant des sujets majeurs qui mettent la Chine en situation de crise. A la crise environnementale, la crise sociale et la crise culturelle, le designer graphique pourrait inviter au respect de l'environnement, au respect de l'individu, et au respect de la tradition en ranimant ce qui donne le sentiment réconfortant d'appartenir à une civilisation. Si « les artistes qui importent sont ceux qui mettent le désordre²²¹ », comme le l'écrit l'anthropologue Georges Balandier, il semble alors temps que le design graphique introduise de la dissonance avec ce monde oppressant.

De toute évidence, cet avenir optimiste nécessite de conduire des recherches en ce qui concerne la culture, les arts, leurs conditions d'émergence et leurs modalités de production graphique qui ont largement été manquées et surtout pas assez débattues dans les écoles de design, en Chine. Comme la réflexion du graphiste chinois Xu Wang le propose dans son blog personnel : « Le design graphique chinois a besoin désormais de mener des études et de profondes

²²¹ Georges Balandier, « Le désordre dans l'univers. Conversation avec Georges Balandier », *Les Maîtres du désordre*, catalogue de l'exposition, Paris, Réunion des Musées Nationaux-Grand Palais, 2012, p. 416.

recherches sur le sujet à propos de la situation actuelle et les possibilités infinies d'avenir de cette discipline.²²² » Sous cet angle, il me semble que le design graphique chinois a assurément besoin de dénouer les rapports incontournables entre intérêt social et besoins commerciaux puis entre l'enseignement du design graphique et une attitude créative responsable, si, encore une fois, le design graphique chinois souhaite continuer à rester une force culturelle pertinente et vitale pour s'inscrire dans une perspective voulue durable pour la Chine.

En conclusion, il est certain qu'une recherche universitaire sur les enjeux du design graphique chinois, à l'ère du libéralisme, reste à construire en Chine. Au préalable, cette perspective universitaire d'avenir devra convaincre les nouvelles générations de graphistes de la nécessité de réfléchir aux formes, images, typographie, signes, codes de représentation qui, tous, sont porteurs de valeurs et également d'idéologies liées à l'esprit du temps, surtout lorsque celui-ci, tel que décrit par Luc Boltanski et Eve Chiapello, est orienté et dominé par les valeurs libérales. L'enjeu majeur sera de se dégager de celles-ci pour remettre l'humain au centre des préoccupations et de la Cité, ainsi que de se souvenir de la sagesse universelle du confucianisme et du taoïsme.

²²² Disponible sur: <http://www.weibo.com/wangxudesign>.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES (en français):

- ADORNO Theodor W., *Théorie esthétique*, traduit de l'allemand par Marc Jimenez, Paris, Klincksieck, 1995, 514 p.
- ARRAULT Valérie, *L'empire du Kitsch*, Paris, Klincksieck, 2010, 299 p.
- BARTHES Roland, *L'Aventure sémiologique*, Paris, Le Seuil, 1985, 358 p.
- BARTHES Roland, *L'Empire des signes*, Paris, Le Seuil, 2007, 157 p.
- BARTHES Roland, *Carnet du voyage en Chine*, Paris, Christian Bourgois, 2009, 246 p.
- BAUMAN Zygmunt, *La vie en miettes, Expérience postmoderne et moralité*, trad. par Christophe Rosson, Paris, Hachette littératures, 2010, 412 p.
- BAUMAN Zygmunt, *La Vie Liquide*, trad. par Christophe Rosson, Paris, Le Rouergue/Chambon, 2006, 202 p.
- BAUR Ruedi, *Les 101 mots du Design Graphique à l'usage de tous*, Paris, Archibooks, 2011, 164 p.
- BLACKWELL Lewis, *Typo du 20^e siècle*, Paris, Flammarion, 2004, 215p.
- BOLTANSKI Luc et CHIAPELLO Eve, *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard, 1999, 843 p.
- BONY Anne, *Le Design, Histoire, Principaux courants, Grandes figures*, Paris, Larousse, 2006, 237 p.
- BOURDIEU Pierre, *La Distinction : Critique sociale du jugement*, Paris, Minuit, 1979, 670 p.
- DE BRUYN Pierre-Henry, *Le Taoïsme, chemins de découvertes*, Paris, CNRS éditions, 2009, 282 p.
- LARROCHE Caroline, *Bauhaus*, Paris, Courtes et longues, 2008, 50 p.
- CHENG Anne, *Histoire de la pensée chinoise*, Paris, Le Seuil, 1997, 650 p.

- CHENG François, *Vide et plein, Le langage pictural chinois*, Paris, Le Seuil, 1991, 157 p.
- CHOKO Marc H., *L'affiche chinoise, 1921-2001*, Montréal, édition Transcontinental, 2001, 127 p.
- CHRISTIN Anne-Marie, *L'image écrite ou la déraison graphique*, Paris, Flammarion, 2001, 248 p.
- CHRISTIN Anne-Marie, *Histoire de l'écriture : de l'idéogramme au multimédia*, Paris, Flammarion, 2001, 405 p.
- CONFUCIUS, *Préceptes de vie*, textes choisis par Alexis Lavis, Paris, Presse du Châtelet, 2008, 210p.
- COUCHOT Edmond et HILLAIRE Norbert, *L'art numérique*, Paris, Champs arts, 2003, 260 p.
- COURTECUISSÉ Claude, *Dis-moi le Design*, Scérén-CNDP/ISTHME, Paris, 2004, 102 p.
- CROS Edmond, *La sociocritique*, Paris, l'Harmattan, 2003, 206 p.
- DUFOUR Jean -François, *La Chine au XXI^e siècle Entre promesses et défis*, Toulouse, Les Essentiels Milan, 2003, 63 p.
- ESCANDE Yolaine et SCHAEFFER Jean-Marie (dir.), *L'Esthétique : Europe, Chine et Ailleurs*, Paris, Editions You-Feng, 2003, 168p.
- FICHAUX Étienne, *Le design comme dispositif communicationnel entre l'art et l'industrie*, thèse de doctorat en Sciences Humaines et Sociales de l'Université Rennes 2, mention : Sciences de l'information et de la communication, janvier 2012, 406 p.
- FIELL Charlotte et Peter, *Le Design Graphique au 21^e siècle : 100 of the World's Best Graphic Designers*, Köln, TASCHEN, 2005, 190 p.
- FIELL Charlotte et Peter, *Contemporary Graphic Design*, Köln, TASCHEN, 2007, 559 p.
- FIELL Charlotte et Peter, *Graphic Design Now*, Köln, TASCHEN, 2007, 559 p.
- FLAMAND Brigitte, *Le Design, Essais sur des théories et des pratiques*, Paris, Editions de l'Institut Français de la Mode, 2006, 362 p.
- FLUSSER Vilém, *Petite philosophie du design*, traduit de l'allemand par Claude Maillard, Circé, 2002, 93 p.

- FLUSSER Vilém, *France-Chine : La traversée des signes*, le carnet de l'exposition, la ville d'Echirolles, 2003, 96 p.
- FRUTIGER, Adrian *l'Homme et ses Signes, Signes, Symboles, Signaux*, trad. de Danielle Perret, Reillanne, Atelier Perrousseaux, 2000, 319 p.
- FREUD Sigmund, *Essais de psychanalyse*, Paris, Payot, 2001, 307 p.
- GAUTHIER Guy, *Vingt et une Leçons sur l'image et le sens*, 3^e édition complétée, Paris, Edilig, 1989, 204 p.
- GOMBRICH Ernst, *L'Art et l'Illusion : Psychologie de la reproduction picturale*, traduit de l'anglais par Guy Durand, Paris, Gallimard, 1996, 385p.
- GOMEZ-PALACIO Bryony, VIT Armin, *Anthologie du graphisme : le guide de référence des pratiques et de l'histoire du graphisme*, Paris, Pyramyd, 2010, 392 p.
- GUERIN Michel (dir.), *Les limites de l'œuvre*, Publications de l'Université de Provence, Aix-en-Provence, 2007, 379 p.
- HAEGEL Florence, LAVABRE Marie-Claire, *Destins Ordinaires, Identité singulière et mémoire partagée*, Paris, Presses de Science Po., 2010, 136p.
- HALL Stuart, *Identités et Cultures politiques des Cultural Studies*, Edition établie par Maxime CERVULLE, édition augmentée, traduit de l'anglais par Christophe JAQUET, Paris, Editions Amsterdam, 2007, 411 p.
- HELLER Steven, *Icônes du graphisme : influences et inspirations d'hier et d'aujourd'hui*, Paris, Thames & Hudson, 2008, 223 p.
- HOLLIS Richard, *Le Graphisme de 1890 à nos jours*, trad. par Christine Monnatte et Roxane Jubert, Paris, Thames & Hudson, 2002, 232 p.
- HORKHEIMER Max, Theodor W. ADORNO, *La Dialectique de la raison : fragments philosophiques*, traduit de l'allemand par Eliane KAUFHOLZ, Paris, Gallimard, 1974, 281 p.
- HUNTINGTON Samuel P., *Le Choc des civilisations*, trad. de l'américain par Jean-Luc Fidel, Paris, Odile Jacob, 2000, 545p.
- JAMESON Fredric, *Le Postmodernisme ou la logique culturelle du capitalisme tardif*, trad. de l'américain par Florence Nevoltry, Paris, Ecole nationale supérieure des Beaux-arts de Paris, 2007, 608 p.

- JIMENEZ Marc, *Adorno et la modernité, vers une esthétique négative*, Paris, Klincksieck, 2004, 136 p.
- JIMENEZ Marc, *L'esthétique contemporaine, 50 questions*, Paris, Klincksieck, 2004, 136 p.
- JIMENEZ Marc, *Qu'est-ce que l'esthétique ?* Klincksieck, Paris, 1997, 438 p.
- JIMENEZ Marc, (sous la dir.), *Arts et pouvoir*, Paris, Klincksieck, coll. « L'université des arts », 2007, 260 p.
- JIMENEZ Marc, (sous la dir.), *La création artistique face aux nouvelles technologies*, Paris, Klincksieck, coll. « L'université des arts », 2006, 229 p.
- JIMENEZ Marc, (sous la dir.), *Regards sur l'image*, Paris, Klincksieck, coll. « L'université des arts », 2009, 223 p.
- JANICOT Eric, *L'Esthétique Moderne Chinoise, L'épreuve de l'occident*, Paris, Editions You Feng, 2007, 308 p.
- JANICOT Eric, *L'Art moderne chinois nouvelles approches*, Paris, Editions You Feng, 2007, 255 p.
- JUNG Carl Gustav, *Essai d'exploration de l'inconscient*, traduit de l'allemand par Laure Deutschmeister, Paris, Editions Robert Laffont, 1964, 181 p.
- KANT Emmanuel, *Critique de la faculté de juger*, traduit par Alain RENAUT, Paris, Aubier, 1995, 540 p.
- KONG Zi, *Les Entretiens de Confucius (LUN YU)*, trad. du chinois et présenté par Anne CHENG, Paris, Seuil, 1981, 153 p.
- LASCH Christopher, *La Culture du narcissisme : la vie américaine à un âge de déclin des espérances*, traduit de l'anglais par Michel L. Landa, Castelnau-le-Lez, Climats, 2000, 333 p.
- LINCOT Emmanuel, *Peinture et Pouvoir en Chine (1979-2009) : Une histoire culturelle*, Paris, éditions You Feng, 2010, 329 p.
- LINCOT Emmanuel, *La figure de l'artiste et le statut de son œuvre en Chine*, Paris, éditions You Feng, 2009, 221 p.
- LINCOT Emmanuel, *Art, Propagandes et résistances en Chine*, Paris, éditions You Feng, 2008, 147 p.
- LIVINGSTON Alan & Isabella, *Dictionnaire du graphisme*, trad. de l'anglais par G. Belleteste, D. Bouilly et Is. Mennesson, Paris, Thames & Hudson, 1998, 209 p.

- LYOTARD Jean-François, *Discours, figure*, Paris, Klincksieck, 2002, 430 p.
- MICHAUD Yves, *La crise de l'art contemporain*, Paris, PUF, 2011.
- POYNOR Rick, *Transgression : Graphisme et postmodernisme*, traduction de Marie-Josèphe Levadoux Paris, Pyramyd, 2003, 192 p.
- PUEL Caroline, *Les trente ans qui ont changé la Chine : 1980-2010*, Paris, Buchet-Chastel, 2011, 523 p.
- QUINTON Philippe, *Design graphique et changement*, Paris, L'Harmattan Communication, 1997, 196 p.
- SAID Edward W., *Culture et impérialisme*, traduit d'anglais par CHEMLA Paul, Paris, Fayard, 2008, 588 p.
- SAID Edward W., *L'Orientalisme, l'orient créé par l'occident*, traduit d'américain par MALAMOUD C., MENINGER S., TODOROV T., WAUTHIER C., Paris, Seuil, 2005, 422 p.
- SUN Wei-Shian, *L'art des graphimages chinois modernes et contemporains : approches de l'interculturalité et de l'intercompréhension*, thèse de doctorat en Etudes culturelles, Université Paris I Panthéon-Sorbonne, octobre 2011, 595 p.
- TWEMLOW Alice, *A quoi sert le graphisme ?* Traduit de l'anglais par Sophie RENAUT, Paris, Pyramyd, 256 p.
- WANG Frédéric (dir.), *Le Choix de la Chine d'aujourd'hui entre la tradition et l'occident*, Paris, Les Indes savantes, 2009, 164 p.
- WEILL Alain, *Le design graphique*, Paris, Gallimard Arts, 2003, 15 9p.
- WIEDEMANN Julius, *Asian graphics Now*, Paris, Taschen, 2010, 431 p.
- WLASSIKOFF Michel, *Histoire du Graphisme en France*, Paris, Les Arts Décoratifs, 2008, 319p.
- YU Dan, *Le Bonheur selon Confucius, petit manuel de sagesse universelle*, trad. de l'anglais par Philippe Delamare, Paris, Belfond, 2009, 181 p.
- ZACCARIA Diego, *L'Affiche, paroles publiques*, Paris, Textuel, 2008, 255 p.

OUVRAGES (en anglais):

HELLER Steve & Audrey Bennett, *Design Studies: Theory and Research in Graphic Design a read*, New York, Princeton Architectural Press, 2006, 465 p.

McQUISTON Liz, *Graphic Agitation Volume 2: Social and Political Graphics in the Digital Age*, London, Phaidon, 2004, 240 p.

MEGGS Philip B., *A History of Graphic Design*, 3rd edition New York, Publisher John Wiley & Sons, 1998, 510 p.

NEWARK QUENTIN, *What is graphic design ?* Switzerland, RotoVision SA, 2007, 257 p.

SCOTT Minick et JIAO Ping, *Chinese Graphic Design in the Twentieth Century*, Thames & Hudson, 2010, 160 p.

OUVRAGES (en chinois) :

CAI Yuanpei 蔡元培, *Anthologie d'esthétique de Yuanpei CAI* 《蔡元培美学文选》, Beijing, University Beijing Press 北京大学出版社, 1983, 233 p.

CHEN Danqing 陈丹青, *La régression* 《退步集》, Guilin, Guangxi Normal University Press 广西师范大学出版社, 2005, 436p.

FAN Wenlan 范文澜, *Histoire moderne de la Chine* 《中国近代史》, Librairie Xinhua de Huabei 华北新华书店, 1948, 691 p.

FENG Zikai 丰子恺, *Anthologie de Zikai FENG* 《丰子恺文集》, Hangzhou, Zhejiang wenyi 浙江文艺出版社, 1990, 4126p.

GAO Feng 高丰, *History du design Chinois* 《中国设计史》, Beijing, China Academy of Art Press 中国美术学院出版社, 2008, 291 p.

- GAO Minglu (dir.) 高名潞, *Art Studies : La modernité et l'abstraction*
《艺术研究：现代性与抽象》, Beijing, SDX Joint
Publishing Company 生活.读书.新知 三联书店, 2009,
292p.
- GAO Minglu 高名潞, *The Wall : Reshaping Contemporary Chinese Art*
《墙：中国当代艺术的历史和边界》, Beijing, China
Renmin University Press 中国人民大学出版社, 2006 ,
344p.
- GAO Xuanyang 高宣扬, *Contemporary Social Theories* 《当代社会理
论》, Vol I et II, Beijing, China Renmin University Press
北京人民大学出版社, 2005, 1159 p.
- GAO Xuanyang 高宣扬, *On Post- Modernism* 《后现代论》, Beijing,
China Renmin University Press 中国人民大学出版社,
2010, 269 p.
- GUO Zhiyong 郭智勇, *Encyclopédie d'histoire moderne et
contemporaine de la Chine* 《中国近现代史纲要》, Beijing,
Higher Education Press 高等教育出版社, 2007, 295 p.
- HAN Jian 杭间, *Le chemin du design - les questions principales du
design en Chine* 《设计道-中国设计的基本问题》, ,
Chongqing, Chongqing University Press 重庆大学出版社,
2009,348 p.
- HAN Jian 杭间 et KAN Tai-Keung 靳埭强, *Path of the Bauhaus, Its
History, Legacy, World and China* 《包豪斯道路》, ,
Shangdong, Shangdong Meishu Press 山东美术出版社,
2010, 167 p.
- HE Huishuo (dir.)何怀硕, *Le Recueil d'Anthologie d'esthétique
moderne chinois* « 近代中国美术论集», Vol.1 à Vol.6,
Taiwan, Edition Artsite 艺术家出版社, 1991.
- HE Yaozong 何耀宗, *Catéchisme du design commercial :
Communication et Design graphique* 《商业设计入门：传

达与平面设计》, Taipei, Xionshi Librairie Compagnie 雄狮图书公司, 1974, 277 p.

JIA Fangzhou (dir.) 贾方舟编, *L'ère de la critique* 《批评的时代》, Vol.1 – Vol.3, Guangxi, Guangxi Meishu 广西美术出版社, 2007.

JING Lei 荆雷, *L'introduction du Design* 《设计概论》, Hebei, Hebei Meishu Press 河北美术出版社, 1997, 124 p.

KENYA Hara 原研哉, *Design of design* 《设计中的设计》, traduit du japonais par E ZHU 朱锷译, Shangdong, Shandong Renmin Press 山东人民出版社, 2006, 212 p.

LEE Leo Oufan 李欧梵, *Shanghai Modern : The Flowering of a new Urban Culture in China 1930-1945* 《上海摩登-一种新都市文化在中国 1930-1945》, traduit de l'américain par Jian MAO 毛尖译, Beijing, Peking University Press 北京大学出版社, 2001, 368 p.

LI Degen 李德庚, JIANG Hua 蒋华 et LUO Yi 罗怡, *Is Design Graphic Dead?* 《平面设计死了吗?》, Beijing, Culture and Art Press 文化和艺术出版社, 2011, 280 p.

LI Yanzu 李砚祖, LU Ying 芦影, *Graphic Art and Design* 《平面设计艺术》, Beijing, China Renmin University Press 中国人民大学出版社, 2005, 471 p.

LIN Jiayang 林家阳, *LIN Jiayang's Vision of Design : Design Innovation and Education* 《设计创新与教育：林家阳的设计视野》, Beijing, SDX Joint Publishing Company 生活.读书.新知三联书店, 2002, 505 p.

LIN Jiazhi 林家治, *Histoire d'arts commerciaux au période républicaine* 《民国商业美术史》, Shanghai, Shanghai Renmin Meishu Press 上海人民美术出版社, 2008, 142 p.

- LU Xun 鲁迅, *Anthologie de Xun LU* 《鲁迅全集》, Vol.1- Vol. 18, Beijing, Renming wenxue 人民文学出版社, 2005.
- LV Shengzhong 吕胜中, *Au-revoir, la tradition* 《再见传统》, Vol.1 - Vol.4, Beijing, SDX Joint Publishing Campany 生活.读书.新知三联书店, 2004.
- Musée d'art Guanshanyue (dir.) 关山月美术馆编, *Design graphique chinois dans le contexte de la mondialisation* 《全球化背景下的中国平面设计》, Guangxi, Guangxi meishu, 2009, 181 p.
- Musée d'art Guanshanyue (dir.) 关山月美术馆编, Documentaire du Design graphique chinois de XX^e siècle 《20 世纪中国平面设计文献集》, Nanning, Guangxi meishu 广西美术出版社, 2012, 621 p.
- SUN Longji 孙隆基, *The Chinese National Character From Nationhood to Individuality* 《中国文化的深层结构》, Guilin, Guangxi Normal University Press 广西师范大学出版社, 2004, 457p.
- WANG Shouzhi 王受之, *Histoire du design graphique mondial* 《世界平面设计史》, Beijing, China Youth Press 中国青年出版社, 2002, 323 p.
- WANG Shouzhi 王受之, *Histoire du design modern* 《世界现代设计史》, Beijing, China Youth Press 中国青年出版社, 2001, 349 p.
- WANG Xiaosong 王晓松等, *Tai-keung KAN : la mesure du corps et la voie du cœur* 《靳埭强：身度心道》, Anhui, Anhui Meishu 安徽美术出版社, 2008, 192 p.
- WANG Zhenghua 王正华, *Art, Pouvoir et Consommation : une nouvelle approche de l'histoire d'art chinois* 《艺术.权力与消费：中国艺术史研究的一个面向》, Beijing, Renming Chubanshe 人民出版社, 2011, 446 p.

- WEN Yi 文艺, *Histoire de Graphic Design* 《平面设计史》, Anhui, Hefei Gongye University Press 合肥工业出版社, 2009, 120 p.
- WU Hong 巫鸿 et ZAI Zhong 载重, *L'œuvre et l'exposition : Hong WU regarde l'art contemporain chinois* 《作品与展场：巫鸿论中国当代艺术》, Guangzhou, Lingnan meishu 岭南美术出版社, 2005, 330 p.
- XU Fuguan 徐复观, *L'esprit d'arts chinois* 《中国艺术精神》, Guilin, Guangxi Normal University Press 广西师范大学出版社, 2007, 439 p.
- YE Guosong 叶国松 et ZHANG Huiming 张辉明, *La composition en principe du design graphique* 《平面设计之基础构成》, Taipei, Yifengtang Press 艺风堂出版社, 1987.
- YUAN Xiyang 袁熙旸, *Etude de l'évolution de l'enseignement du design chinois* « 中国艺术设计教育发展历程研究 », Beijing, Beijing Ligong University Press 北京理工大学出版社, 2003, 325 p.
- ZHOU Xian 周宪, *Cultural Representation and Cultural Studies* 《文化表征和文化研究》, Beijing, Peking University Press 北京大学出版社, 2007, 370 p.
- ZHU Qingsheng (dir.) 朱青生编, *Annuaire d'Arts contemporains chinois* 《中国当代艺术年鉴》, Vol. 2005 – Vol.2010 2005 年卷至 2010 年卷, Guilin, Guangxi Normal University Press 广西师范大学出版社.
- ZHU Shuai 祝帅, *Dix cours sur le design et la culture chinoise* 《中国文化与中国设计十讲》, Beijing, China Electric Power Press 中国电力出版社, 2008, 226 p.
- ZHU Shuai 祝帅, *On Design* 《设计观点》, Shenyang, Liaoning Science & Technology Press 辽宁科学技术出版社, 2010, 277 p.

ZONG Baihua 宗白华, *Promenade d'esthétique* 《美学散步》, Shanghai, Shanghai Renmin Press 上海人民出版社, 1981, 313 p.

ARTICLES (en français) :

ARRAULT Valérie, « Le pouvoir des critères artistiques occidentaux face à la mondialisation », in *Arts et pouvoir*, Paris, Klincksieck, 2007, p.23-41.

ARRAULT Valérie, « Noces Infernales », in *Les limites de l'œuvre*, Aix-en-Provence, Publications de l'Université de Provence, 2007, p.275-283.

BALANDIER Georges, « Le désordre dans l'univers. Conversation avec Georges Balandier », *Les Maîtres du désordre*, catalogue de l'exposition, Paris, Réunion des Musées Nationaux-Grand Palais, 2012, p. 416.

BAUR Reudi, « Journal de Bord », revue *Etapas*, n° 108, mai 2004, Paris, Pyramyd, p. 39-41.

BOUVET Michel, « Voyage en Chine », revue *Etapas*, n° 108, mai 2004, Pyramyd, p.34-35.

COLMAN Julia, « Le Paris, changement continu », *Les cent fleurs*, Londres, catalogue de l'exposition, Chinese Contemporary Ltd, 2004, p. 86.

ESCANDE Yolaine, « Nouvelles tendances et anciennes stratégies », *Etapas*, n° 108, mai 2004 Paris, Pyramyd, p.37-39.

EVARD Jean-Jacques, « Choc en Chine », *Etapas*, n°66, octobre 2000, Paris, Pyramyd, p.50-57.

EVARD Jean-Jacques, « L'affiche publicitaire chinoise au début du XX^e siècle », *Etapas*, n°. 94, mars 2003, p. 30-40.

GREENBERG Clement, « Avant-garde et kitsch », *Arts et culture, essais critiques*, traduit de l'américain par Ann Hindry, Paris, Macula, 1989, p. 9-28.

LANSELLE Rainier, « Le sujet chinois dans la demande de la psychanalyse », *Le Choix de la Chine d'aujourd'hui entre*

la tradition et l'Occident, Paris, édition les Indes Savantes, 2009, p.17-38.

LANTENOIS Annick, *DDDAAA* [En ligne], colloque sur le design graphique, Valence, Ecole Régionale des Beaux-Arts, mars 2007.

URL: <http://www.erba-valence.fr/dddaaa/1440/A.html>

LI Xiguang, « Les inégalités finissent mal en général », *Chine état critique, Le Monde diplomatique*, N°. 123, juin-juillet 2012, p.46-47.

LINCOT Emmanuel, « L'art contemporain chinois dans les années Deng Xiaoping », *Perspectives chinoises*, [En ligne], 82 | mars-avril 2004, mis en ligne le 01 mai 2007, URL : <http://perspectiveschinoises.revues.org/1362>

Éditeur : Centre d'Études Français sur la Chine contemporaine.

SARFIS Thierry, « Une longue marche vers le graphisme », revue *Étapes*, N°.108, mai 2004, p. 36-37.

STRAUSS Michel, « Confidences chinoises », revue *Étapes*, N°.108, mai 2004, p. 42-45.

WANG Qingsong, « Une vie glorieuse. Texte de l'artiste », in *Les cent fleurs*, catalogue de l'exposition, Londres, Chinese Contemporary Ltd, 2004, p. 61.

ZHANG Guiqin, « La démocratisation de l'enseignement supérieur en Chine », *Synergies Chine*, N°.3, 2008, p.153-158. [En ligne], URL :

https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:zJxdhQd_VbwJ:ressources-cla.univ-fcomte.fr/gerflint/Chine3/zhang.pdf+enseignement+sup%C3%A9rieur+chinois&hl=zh-CN&pid=bl&srcid=ADGEESglIPdRTJWxxBCn7b6tvTmCpre4q1bzHTqoLAuCKaupothhHbfl44ca5K3hE-2CuSOxHngxRIKFHhlou1CeyDT6BeQNT5xdDU4AVSEzmaWsmG2ZA2SqCZc0drmAe4CLdyZTLxPO&sig=AHIEtbTVwpMTS20ZsRI5o3FfsHYpyNE4Bg

ZHU Qing Sheng, « L'Histoire de l'art en Chine », *Diogène*, N°. 231, mars 2010, p.115-124.

ARTICLES (en anglais):

POYNOR Rick, « Getting Louder: Chinese Design on the March », *Design Observer*, [En ligne], mis en ligne le 05 mai 2005.
URL:
<http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=3327>

POYNOR Rick, « Where Are the Design Critics ? », *Design Observer*, [En ligne], mis en ligne le 25/09/2005.

URL:<http://observatory.designobserver.com/entry.html?entry=3767>

ARTICLES (en chinois) :

CAI Dengshan 蔡登山, « Yuanqing TAO un peintre de couverture pour livre de Xun LU 为鲁迅画封面的画家陶元庆 », *Nanfang Dushi Daily journal* 南方都市报, [En ligne], mise en page le 23 décembre 2011. URL :
<http://gcontent.oeeee.com/1/20/12092a75caa75e46/Blog/aca/3fd2b4.html>

CHEN Shaohua 陈绍华, « Un souvenir d'expérimentation pédagogique : il y a vingt-quatre ans (记 24 年前的一次“设计素描”教学实验) », revue *Art observation* 美术观察, N°. octobre 2009, p.32-33.

CHEN Shaohua 陈绍华, « Tant que l'humain conservera encore sa capacité de réflexion, le design graphique sera toujours vivant (只要人类还有想法, 平面设计就不会死) », revue *Art observation* 美术观察, N°. 196, décembre 2011, p.22.

CHEN Shaohua 陈绍华, *Le design graphique chinois qui avait ignoré des problèmes de la Chine* (《忽略中国问题的“中国设计”》), [En ligne], mis en ligne le 23 septembre 2011.

URL :

http://blog.sina.com.cn/s/blog_4a4473a80100yxkn.html.

SUN Peng 孙鹏, « Mon professeur – KAN Tai-keung (我的老师-靳埭强) », [En ligne], mise en page en septembre 2010, URL: <http://www.zcool.com.cn/article/ZMTM5ODg=.html>.

TONG Huiming 童慧明, « Expansion & Deteriorate – The Contemporary Crisis of Design Education in China (膨胀与退化-中国设计教育的当代危机) », revue *Zhuangshi* 装饰, avril 2008, p.56-63.

XU Boyuan 许博渊, « Ne pas trop flatter la culture traditionnelle (别把传统捧得太高) », *Huanqiu Shibao* 环球时报, le 13 juin 2006, p. 13.

WANG Jia 王嘉, « Regard sur le design par le haut du design – entretien avec WANG Xu (在设计之上看设计-对话王序) », *Journal China Art Weekly* 美术报, 19 mai 2007, p.9.

WANG Shouzhi 王受之, « Critique de l'enseignement du design chinois(中国设计教育批判) », discours dans le *Colloque de l'Enseignement du Design Chinois* (中国设计教育研讨会) en décembre 2007 à Shanghai, | [En ligne], mis en ligne le 7 janvier 2008, URL: http://blog.sina.com.cn/s/blog_4bdabb4901007t5o.html.

——, « Trois personnes parlent des critères d'un "design graphique réussi" (设计成功的标准三人谈) », revue *Arts et Design* 艺术与设计, N°. 007, Beijing, 1999, p.46.

WEBOGRAPHIE :

<http://archives.investir.fr/2009/jdf/20090905ARTHBD00055-la-chine-en-quete-d-un-autre-modele-de-croissance.php>

<http://blog.sina.com.cn/chenshaohua>

<http://blog.sina.com.cn/lushengzhong>

<http://blog.sina.com.cn/wangshouzhi>

<http://blog.sina.com.cn/zhushuai>

<http://cameraobscura.busdraghi.net/fr/2011/interview-yang-yongliang/>

http://www.canal-u.tv/video/universite_de_tous_les_savoirs/une_nouvelle_histoire_de_la_chine_au_20e_siecle_yves_chevrier.1322

<http://www.cubedesigners.com/#/fr/>

<http://www.chinavisual.com/>

<http://www.erba-valence.fr/dddaaa/1440/A.html>

<http://www.eyemagazine.com/>

<http://www.eyemagazine.com/feature/article/first-things-first-manifesto-2000>

<http://gaokao.chsi.com.cn/z/jylfb/#>

<http://gra.dolcn.com/>

<http://www.lefigaro.fr/culture/>

<http://www.nicolasclaveau.com/>

<http://www.objectif-chine.com/2009/05/13/l-architecture-en-chine/>

<http://observatory.designobserver.com/>

http://www.rencontres-artistes.com/A11/C.aspx?VP3=CMS3&VF=ARL_212_VForm&Flash=1&FRM=Frame:ARL_316

<http://theory.people.com.cn/GB/40557/134502/141296/index.html>

<http://theory.people.com.cn/GB/49157/49166/8143089.html>

<http://theory.people.com.cn/GB/49157/49166/8143089.html>

<http://www.visionunion.com/>

<http://www.wangxu.com.cn/>

<http://weibo.com/1657000630/zF4kqf6857>

<http://www.zcool.com.cn/u/434539/>

<http://2x4.org/>

<http://www.99265.com/Article/Print.asp?ArticleID=11281>

INDEX des NOTIONS

- activisme, 143, 145, 278, 282
- affiche-calendrier publicitaire, 27, 40, 42, 45, 91, 94, 97, 99, 100, 102, 103, 106, 108, 110, 112, 114, 115, 121, 138, 151
- anticolonialisme, 22, 198
- anti-ethnocentriste, 182
- antiracisme, 22
- Art and Crafts*, 62
- Art Déco, 27, 37, 104, 121, 256, 311
- Art Nouveau, 27, 62, 104, 121, 155, 311
- Arts and Crafts*, 37
- arts appliqués et décoratifs, 34, 35, 37, 38, 49, 171, 218, 253, 256, 257, 258, 262
- arts graphiques, 27, 40, 43, 60, 62, 64, 69, 71, 77, 90, 91, 107, 121, 138, 142, 149, 166, 177, 218, 258, 271, 274, 310, 311, 313
- Avant-garde, 27, 65, 93, 133, 143, 218, 329
- Bauhaus, 65, 82, 196, 258, 259, 264, 266, 267, 276, 319, 325
- bouddhisme, 17, 312
- bureaucratisme, 237
- communiste, 43, 47, 146, 149, 151, 156, 159, 163, 165, 166, 168, 228, 229, 238, 248, 259, 315
- confucianisme, 17, 319
- conscience transcendante, 19
- Constructivisme, 135, 137, 312
- critique, 9, 10, 14, 18, 19, 22, 23, 25, 27, 93, 129, 138, 143, 144, 147, 148, 172, 179, 182, 183, 184, 187, 213, 214, 218, 225, 229, 235, 239, 243, 247, 253, 266, 268, 280, 282, 297, 302, 326, 329, 330
- Cubisme, 135, 137
- Da Zi Bao*, 40, 45, 149, 158, 159, 165, 313
- Dadaïsme, 135, 311
- darwinisme, 36, 37, 93
- déconstructiviste, 18, 19
- design graphique, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 31, 33, 35, 45, 46, 47, 48, 51, 52, 54, 55, 57, 58, 59, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 73, 77, 80, 82, 84, 88, 89, 91, 93, 167, 169, 171, 172, 177, 179, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 189, 190, 192, 194, 196, 202, 204, 210, 213, 215, 217, 227, 228, 229, 253, 259, 262, 263, 264, 266, 268, 270, 271, 273, 274, 276, 278, 279, 280, 281, 282, 287, 291, 293, 294, 296, 297, 298, 303, 309, 310, 311,

314, 315, 316, 317, 318, 323, 327, 328, 330, 331, 332

déterminisme, 179

éclectisme, 187

Ecole de Francfort, 14

école des Annales, 179

Ecole polonaise, 66

Ecole suisse, 65, 66, 185

écologiste, 235, 251

économie socialiste de marché, 47, 49, 171, 210, 271

ère de *Meiji*, 131

essentialiste, 18, 19, 25

estampe du Nouvel An, 45, 153

esthétique, 9, 13, 16, 25, 28, 29, 35, 36, 37, 38, 39, 45, 56, 62, 66, 73, 77, 80, 84, 86, 87, 88, 91, 93, 103, 121, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 133, 135, 138, 139, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 148, 149, 151, 153, 156, 159, 163, 165, 176, 182, 183, 184, 185, 187, 189, 190, 198, 200, 201, 210, 214, 215, 217, 218, 222, 235, 236, 246, 253, 255, 256, 257, 258, 262, 264, 271, 275, 282, 310, 311, 313, 315, 317, 319, 322, 324, 325, 329

éthique, 8, 15, 16, 37, 38, 43, 79, 83, 84, 127, 237, 239, 251, 311

Etudes culturelles, 14, 19, 323

évolutionniste, 37

expressionnisme, 196, 202

expressionniste, 163

fantasme, 21, 225, 315

fauvisme, 128

féminisme, 22

fonctionnaliste, 227

formalisme, 87, 127, 142, 176, 217, 218, 262, 268, 303

formaliste, 128, 201, 218, 253, 266, 271, 274, 282

Futurisme, 135, 311

gramscien, 19

graphisme, 13, 15, 33, 35, 49, 51, 52, 53, 54, 57, 58, 59, 60, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 71, 73, 75, 76, 77, 83, 123, 137, 142, 171, 174, 177, 183, 184, 192, 196, 198, 201, 202, 215, 231, 264, 278, 280, 281, 321, 322, 323, 330

hédonisme, 237

honnête homme, 125

humanisme, 188

humaniste, 38, 125, 174, 176, 179, 235, 249, 251, 303, 316

hybridation, 27, 77, 86, 91, 93, 151, 156, 201, 310, 314

hyper-empirisme, 187

hypermodernisme, 182

idéaliste, 236, 251, 311

identification, 19, 59, 80, 225

identité, 14, 17, 18, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 52, 62, 73, 77, 83, 87, 93, 114, 121, 129, 130, 139, 166, 176, 182, 189, 192, 198, 204, 211, 215, 220, 224, 225, 227, 229, 239, 309, 312, 315, 316

identité culturelle, 4, 17, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 93, 139, 220, 225, 227, 229, 249, 250, 309, 312, 315
 impérialisme, 119, 129, 323
 impressionnisme, 128, 131
 individualisme, 237
 Industrialisation d'Education, 29
 Industrialisation d'enseignement universitaire, 286
 Industrialisation de l'éducation, 253
 internationaliste, 25, 142, 210, 229, 309
 ironie, 247
 kémaliste, 179, 180, 222, 223
 kitsch, 28, 75, 93, 188, 246, 329
 libéralisme, 11, 49, 168, 171, 189, 201, 223, 227, 228, 251, 309, 318
 libéral-libertaire, 251
 lithographie, 42
 maoïste, 26, 27, 29, 33, 35, 39, 45, 93, 115, 140, 142, 144, 146, 149, 151, 155, 159, 163, 165, 166, 174, 179, 229, 246, 247, 258, 268, 294, 310, 313
 marxiste, 19, 38, 86, 142, 146, 151, 155, 156, 275
 matérialisme, 86, 91, 121
 minimalisme, 266, 280, 281
 modèle hégémonique, 15
 modèle soviétique, 39, 257
 moderniste, 8, 27, 33, 35, 36, 38, 43, 65, 67, 90, 91, 119, 121, 125, 127, 128, 129, 130, 138, 139, 148, 161, 166, 183, 185, 186, 198, 255, 256, 258, 313
 mondialisation, 17, 20, 22, 24, 77, 82, 83, 179, 196, 202, 225, 236, 298, 301, 309, 327, 329
 mondialisme, 236
 Mouvement Chinois, 22, 198
 Mouvement de la Nouvelle Culture, 119
 Mouvement de Rectification, 146
 nationalisme, 128, 161, 214, 231
 nationaliste, 18, 25, 38, 65, 119, 127, 179, 196, 200, 202, 210, 214, 222, 224, 229, 249, 250, 281, 309, 312
 naturalisme, 87, 127, 142, 144, 148, 161, 163, 166, 176
 naturaliste, 17, 100, 143, 151, 218
 néolibéralisme, 299, 302, 303
 néoréalisme, 163, 258
 new wave, 67, 185
 Nouvelle typographie, 65
 occidentalisation, 86, 87, 93, 119, 128, 192, 200, 214, 250, 311
 occidentalisme, 86, 128
 occidentaliste, 200, 202

orientalisme, 18, 19, 22, 128, 129, 323
 Phase Légendaire, 51, 177
 pluralisme, 187
 Pop art politique, 246
 pop cynique, 246
 postcolonialisme, 20, 21, 22
 postindustriel, 180, 251
 postindustrielle, 180
 postmoderne, 1, 2, 4, 9, 14, 24, 26, 28, 67, 168, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 189, 190, 201, 202, 210, 236, 248, 249, 250, 251, 303, 315, 319
 postmodernisme, 66, 182, 183, 185, 186, 188, 323
 pragmatisme, 9, 29, 141, 148, 250, 258, 286, 303
 puissance douce, 244
 réalisme-socialiste, 45, 87, 148, 151, 218, 253, 262, 268, 271, 274, 281, 282
 réformiste, 146, 271
 relativisme, 250, 251, 303
 relativiste, 282, 315
 ressemblance formelle, 87, 142, 143, 144
 Révolution Culturelle, 40, 159, 174, 217, 218, 246, 258, 259
 rythme spirituel, 86, 125, 127, 129, 130, 138, 142, 196
 sociocritique, 14, 320
 socio-historique, 14, 16
 sophisme, 303
sous rature, 19
 stratégique, 10, 15, 19, 165, 192, 214, 228, 229, 246, 286, 315
 style international, 65, 196, 198, 200, 227, 231, 281
 style KAN, 198
 subjectiviste, 229, 235
 taoïsme, 17, 251, 312, 318
 taoïste, 208, 213, 249
 Trois Enseignements, 261, 262, 263, 264, 266, 267, 271, 276
 universalisme, 316
 universaliste, 182
 utopie, 36, 97, 119, 155, 163, 166, 188, 237, 312
 utopique, 82, 251
 xylographie, 121, 161
 Zone économique spéciale, 49, 171
 平面设计 (pingmian sheji), 47
 平面设计(pingmian sheji), 48
 视觉传达设计 shijue chuanda sheji, 54

INDEX des NOMS

Adorno Theodor W., 240

Adbusters, 83, 84

AIGA Journal, 83, 84

Arrault Valérie, 27, 187, 188,
189, 201, 202, 228

Baur Ruedi, 69, 73, 82, 298,
306, 307

Beardsley Aubrey, 159

Behrens Peter, 64

Benjamin Walter, 95, 97

Blueprint, 83

Boltanski Luc, 318

Bonnell Wilburn, 185

Bourdieu Pierre, 99, 100

Claveau Nicolas, 76

Colman Julia, 309, 310, 314

Cai Yuanpei, 37, 119, 139, 255,
256

Cervulle Maxime, 18, 21

Chai Changpei, 54

Chen Baoyi, 123, 127

Chen Danqing, 299, 300

Chen Hengke, 253

Chen Shaohua, 15, 49, 174,
177, 179, 180, 192, 212, 213,
214, 215, 217, 218, 220, 222,
223, 268, 269, 270, 271, 279

Chen Yinke, 303

Chen Zhifo, 137

Chéret Jules, 62

Chiapello Eve, 318

Chistiakov Pavel P., 259, 265,
273

Cubedesigners, 76

Cros Edmond, 14

Deng Xiaoping, 25, 47, 168,
282

Dürer Albrecht, 159

Dwiggins William Addison, 58,
64

Emigre, 83, 84

Eye, 83, 84

Fan Wenjiang, 220

Fan Wenlan, 35

Feng Zikai, 127, 128, 129, 130,
131, 133, 218, 223

Fiell Charlotte et Peter, 64, 66,
67, 240

Form, 83, 84

Friedman Dan, 185	Kant Emmanuel, 14
Geissbuhler Staff, 185	Kolliwitz Käthe, 159
Gerhard Mathias, 297	Kouji Foukiya, 159
Greiman April, 67, 185	Kan Tai-keung, 192, 196, 200, 202, 206, 214, 264
Guang Yu, 16, 180	Kunz Willi, 184
Gutenberg Johannes, 70	László Moholy-Nagy, 82
Hall Stuart, 18, 19, 21, 22, 23, 24	Lee Leo Oufan, 93, 97, 99, 100, 114, 115
Han Binhua, 210	Li Degen, 15
Hang Zhiying, 43, 103, 106, 108, 110	Li Hua, 161
Han Jian, 264, 266, 267, 276	Li Mubai, 151, 153
Han Jiaying, 49, 180, 192, 193, 194, 196, 200, 214	Li Zheng, 247
Hassan Ihab, 182	Lincot Emmanuel, 25
Huntington Samuel, 179, 223, 224, 316	Lipovetsky Gilles, 187
Henri de Toulouse-Lautrec, 62	Lin Fengmian, 294
Hollis Richard, 64, 65, 82, 83	Lin Jiayang, 280, 281
Ikko Tanaka, 278	Liu Haisu, 114
<i>Items</i> , 83, 84	Lu Xun, 115, 122, 123, 125, 127, 135, 137, 159, 161, 163,
Jameson Fredric, 182	Lv Shengzhong, 224, 225
Janicot Eric, 36, 38, 39, 86, 87, 88, 103, 104, 125, 126, 127, 128, 135, 138, 139, 143, 144, 145, 148, 156, 218, 253, 254, 255, 313	Mao Zedong, 43, 45, 87, 115, 146, 148, 153, 155, 157, 163, 165, 168, 179, 180, 217, 237, 248, 250, 263, 283, 299, 312
Jencks Charles, 185	Mao Dun, 93
Jiang Feng, 255	Masereel Frans, 159
Jin Meisheng, 103, 110, 151, 153	Meggs Philipe, 54
Jin Xuechen, 151, 153	Mijksenaar Paul, 82
	M/M (Paris), 73, 75
	Morris William, 62

Mucha Alphonse, 62	Wu Guanzhong, 220
Nikolaus Pevsner, 184	Wang Xu, 15, 177, 180, 189, 232, 234, 236, 281, 317
Ou Ning, 172, 179	Wang Xueqing, 177
Pan Xunqin, 259	Wang Yuefei, 49, 180
Pavlinov, 159	Weingart Wolfgang, 183
Poynor Rick, 183, 184, 185, 186, 187	Wen Yiduo, 127
Qian Juntao, 131, 133, 135	Westendorp Piet, 82
Rambow Gunter, 281	Xie Zhiguang, 151
Rand Paul, 232	Xu Beihong, 139, 143, 294
Robial Etienne, 73	Xu Qinwen, 123, 125
Ruan Lingyu, 99	Yan Wenliang, 38, 254, 255
Said Edward, 18, 19, 25	Yang Yongliang, 179, 241
Sarfis Thierry, 52, 53, 200, 201, 275	Yishi Li, 142
Schreuders Piet, 82	Yu Shaosong, 127, 129, 130
Sense Team, 180, 238	Zaccaria Diego, 89, 95, 97, 176
Steiner Henry, 232	Zhang Ailing, 108
Tan Ping, 280	Zhang Dali, 49, 314
Tao Yuanqing, 123, 125, 126, 133	Zhang Hongxing, 48
Tching Kanehisa, 110, 112, 115	Zhang Ting, 258
Tong Huiming, 289, 293, 295	Zheng Ke, 259
Vox Maximilien, 59	Zheng Mantuo, 43, 97, 102, 103, 112
Wang Qingsong, 309	Zong Baihua, 127, 128, 129, 130
Wang Shouzhi, 270, 271, 297, 298	Zhu Danian, 256
Wang Wuxie, 196, 265	Zhu Qingsheng, 139, 143, 144
Wang Guangyi, 246, 247	Zhu Shuai, 51, 172, 174, 257, 277, 279
Wlassikoff Michel, 58, 59, 65, 67, 73, 75, 77	

INDEX des ILLUSTRATIONS

Index des œuvres artistiques :

Affiche de propagande pour la Proclamation du 3 juillet et du 24 juillet, 164

Behrens Peter, *AEG*, 63

Caricature française célèbre des années 1890, 118

Chen Shaohua, *Beijing 2008 Candidate City*, 213

Chen Shaohua, *Le départ*, 220, 222

Chen Shaohua, *Le vert provient de vos mains*, 173, 175, 217

Chen Zhifo, *Littérature*, 136

Chéret Jules, *Elysée Montmartre*, 61

First Thing First, 81

Han Binhua, *Main dans la main pour le pavillon national de Chine*,
209, 211

Han Jiaying, *Frontière*, 193, 199

Hang Zhiying, affiche-calendrier *Guangshenghang*, 41

Hang Zhiying, affiche-calendrier *Huadong*, 109

Hang Zhiying, affiche-calendrier *Sanbei*, 113

Hang Zhiying, affiche-calendrier *Tian'e*, 113

Hang Zhiying, *Les belles femmes des quatre saisons*, 105

Hang Zhiying, Affiche-calendrier *Qiandaiyanghang*, 105

Henri de Toulouse-Lantrec, Aristide Brunt dans son cabaret, 61

Hu Boxiang, affiche-calendrier *Hatamen*, 95, 97

Jin Meisheng, affiche-calendrier, 109

JWT Shanghai, *Let the hills be hills and the rivers be rivers – Shanshui*,
241, 243

Kan Tai-keung, *Passion for Words*, 203
 Kan Tai-keung, *Passion for Words – La Montagne*, 197, 199, 205, 207
 Kan Tai-keung, *Marche librement*, 205, 207
L'affiche de la belle dame, 101
 Li Hua, *Hurle, Chine!*, 160,162
 Li Mubai et Jin Xuechen, *Le président Mao rencontre les travailleurs modèles*, 152,154
 Li Zheng, *L'intérêt du peuple est au-dessus de tout*, 247
 Liang Dingmin, affiche-calendrier *Yongtaihe*, 41
 Lu Dandan, travaux de cours, 274
 Lu Dandan, *Design graphique à l'ère de la Chine postmoderne*, 1, 248
 Lu Xun, *Cris*, 120,122
 M/M (Paris), *The Alphabet et The Alphamen* ; 74
 Mucha Alphonse, *Job*, 61
 Qian Juntao, *L'image claire de Bannong*, 132
 Qian Juntao, *Littérature et la Guerre Européenne*, 134
 Robial Etienne, *Canal+*, 72
 See James, *Shijutu*, 118
 Sense Team, *Big Business III*, 239
 Tao Yuanqing, *La Tombe*, 124
 Tao Yuanqing, *Le pays natal*, 122, 124
 Tao Yuanqing, *Symbole de la souffrance*, 122
 Wang Guangyi, *Great Criticism – Coca-Cola*, 247
 Wang Xu, *60th anniversary of Hiroshima and Nagasaki Atomic Bombing*, 231, 233, 235
 Xie Zhiguang, *L'amour à Président de Mao*, 44
 Zheng Mantuo, affiche-calendrier *Guangshenghang*, 111
 Zheng Mantuo, affiche-calendrier *Hejiyanghang*, 101

Index des illustrations :

Les chiffres d'admissions, 286

Les chiffres et le rapport élèves-enseignants, 296

Livre, « Formation des formes en arts et dans le design », 266

Livre, Point et ligne sur plan, 266

Photo, Cérémonie de clôture de la Licence, 292

Photo, la conférence de Tai-keung Kan, 266

Photo, Lycéens au concours, 292

Planning des cours de Dandan LU, 276

Rapport d'enquête sur l'intérêt de l'apprentissage, 290

Trois travaux d'étudiant du cours de Croquis de Shaohua CHEN, 270